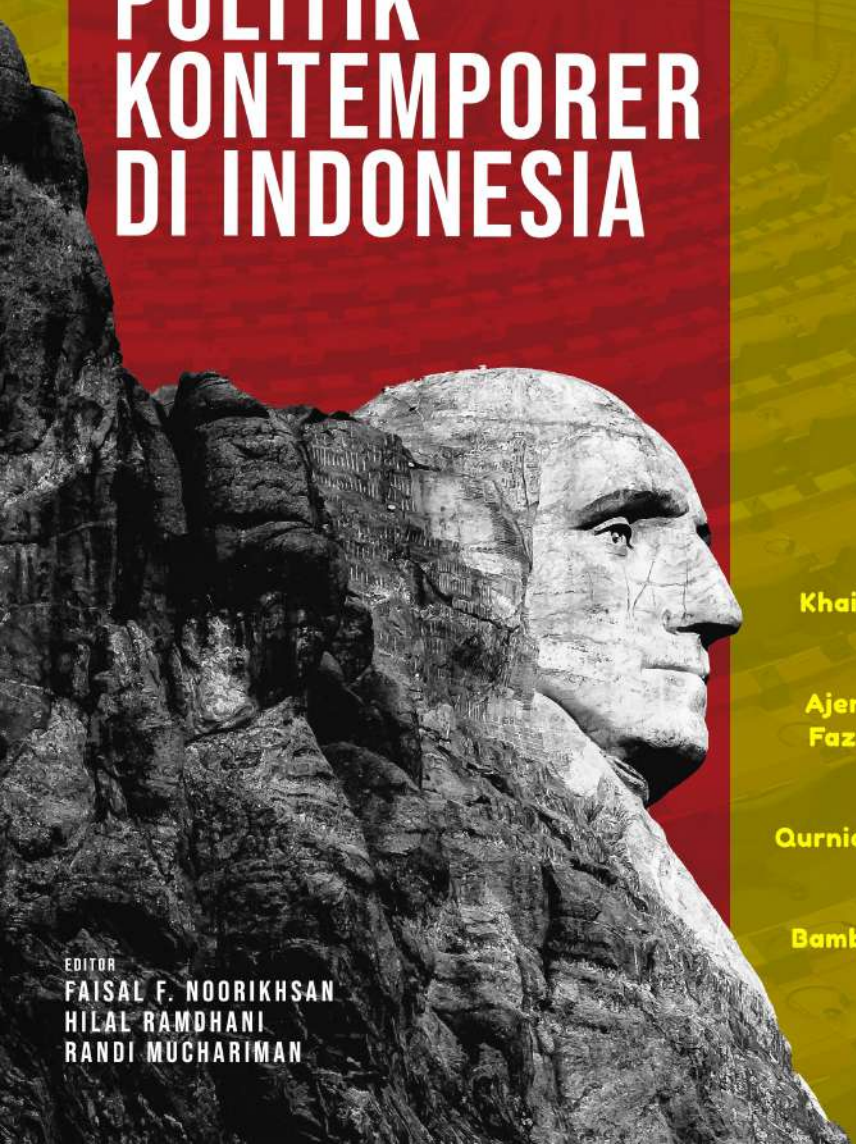
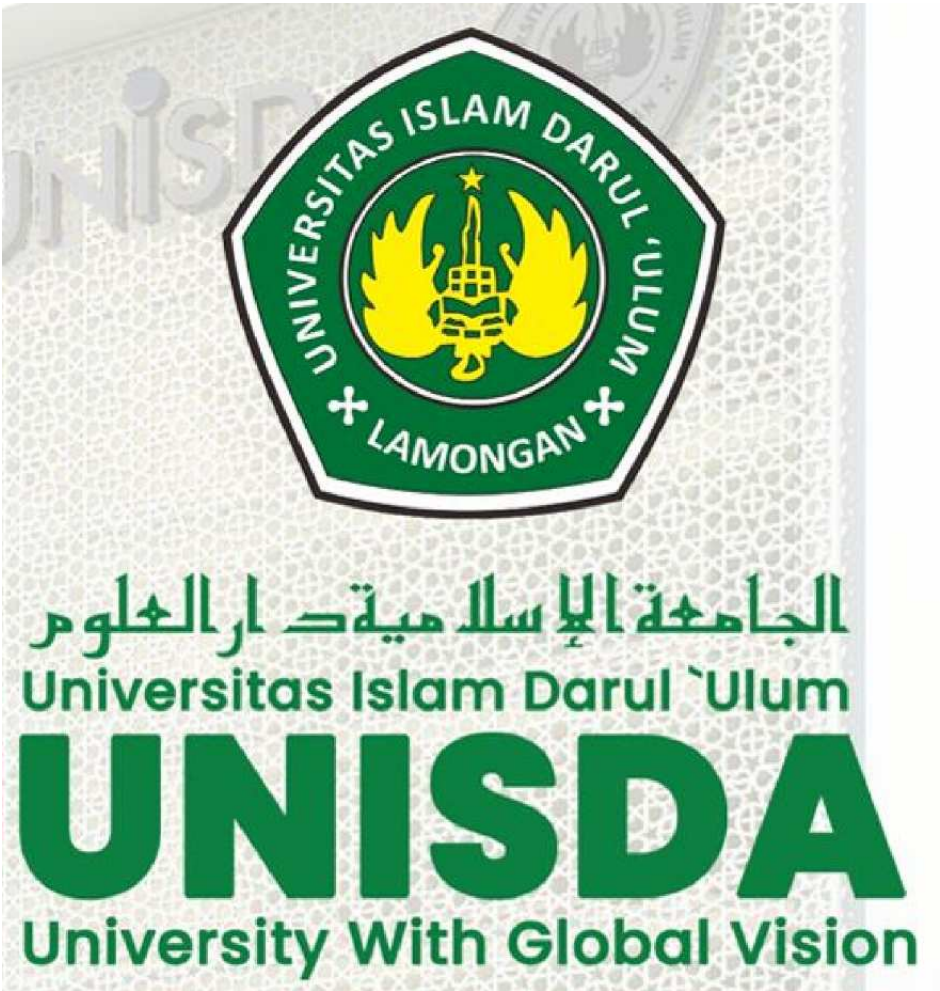
ANALISIS ISU KEBIJAKAN POLITIK KONTEMPORER DI INDONESIA



Thomas Rizki Ali
Khairu Roojiqien Sobandi
Novy Setia Yunas
Ahmad Sholikin
Ajeng Puspita Priantana
Fazrian Noor Romadhon
Arissy Jorgi Sutan
Hendy Setiawan
Qurnia Indah Permata Sari
Hoiril Sabariman
Teguh Anggoro
Bambang Widianto Akbar

EDITOR
FAISAL F. NOORIKHSAN
HILAL RAMDHANI
RANDI MUCHARIMAN


UNIVERSITAS ISLAM DARUL 'ULUM
LAMONGAN
الجامعة الإسلامية دار العلوم
Universitas Islam Darul `Ulum
UNISDA
University With Global Vision

ANALISIS
ISU KEBIJAKAN
POLITIK KONTEMPORER
DI INDONESIA

Editor
Faisal F. Noorikhsan
Hilal Ramdhani
Randi Muchariman

Tasikmalaya:
UNSIL Library Publisher

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta
Lingkup Hak Cipta
Pasal 2:
1. Hak cipta merupakan hak eksklusif bagi Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mengumumkan atau memperbanyak Ciptaannya, yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan dilahirkan tanpa mengurangi pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Ketentuan Pidana
Pasal 72:
1. Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 Ayat (1) dan Ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp. 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 5.000.000,00 (lima juta rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta atau hak terkait sebagai dimaksud dalam Ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

ANALISIS ISU KEBIJAKAN POLITIK KONTEMPORER DI INDONESIA

Ahmad Sholikin | Ajeng Puspita Priantana | Arissy Jorgi Sutan
Bambang Widianto Akbar | Fazrian Noor Romadhon | Hendy Setiawan
Hoiril Sabariman | Khairu Roojiqien Sobandi | Novy Setia Yunas
Teguh Anggoro | Thomas Rizki Ali | Qurnia Indah Permata Sari

ANALISIS ISU KEBIJAKAN POLITIK KONTEMPORER DI INDONESIA

©Ahmad Sholikin, Ajeng Puspita Priantana, Arissy Jorgi Sutan, Bambang Widianto Akbar, Fazrian Noor Romadhon, Hendy Setiawan, Hoiril Sabariman, Khairu Roojiqien Sobandi, Novy Setia Yunas, Teguh Anggoro, Thomas Rizki Ali, Qurnia Indah Permata Sari

Editor: Faisal F. Noorikhsan, Hilal Ramdhani, Randi Mucharim
Pemeriksa Ejaan: Dea Silvia Rahman
Tata Letak: Denia Daniatin
Desain Kover: Mufidz At-thoriq S.

Cetakan Pertama, Juli 2024

xii + 187 hlm., 15,5 x 23 cm
ISBN 978-602-0826-57-8
E-ISBN 978-602-0826-58-5 (PDF)

Diterbitkan oleh **UNSIL LIBRARY PUBLISHER**
Gedung UPT Perpustakaan, Jalan Siliwangi Nomor 24
Kota Tasikmalaya Kode Pos 46115.
Laman: perpustakaan.unsil.ac.id
Email: perpus@unsil.ac.id
Kontak: (0265) 330634, 333092

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
All rights reserved.

Kata Pengantar

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, buku yang berjudul *Analisis Isu Kebijakan Politik Kontemporer di Indonesia* dapat diselesaikan dan diterbitkan. Buku ini merupakan buah pemikiran para akademisi dari berbagai perguruan tinggi. Para penulis membuat tulisannya berdasarkan pengamatannya yang begitu mendalam terhadap persoalan kebijakan publik dan isu politik kontemporer di Indonesia. Buku ini diterbitkan sebagai upaya refleksi perjalanan pemerintah maupun institusi politik dalam membuat suatu kebijakan politik. Atas dasar itu, buku ini dimaksudkan untuk menjadi kumpulan kajian akademis yang dapat mengembangkan keilmuan maupun rujukan pembuatan kebijakan publik.

Isu kebijakan politik kontemporer sebagai salah satu faktor utama penguatan demokrasi di Indonesia tidak bekerja secara statis dan tidak menunjukkan perilaku yang dapat dibaca sebagai keteraturan. Selain itu, isu kebijakan politik kontemporer sebagai perwujudan demokrasi tidak hanya dilihat sebagai sebuah prosedur yang berkala dan teratur. Oleh karena itu, buku ini hadir sebagai upaya untuk menyelidiki secara kritis dinamika isu kebijakan politik kontemporer di Indonesia.

Pembaca diharapkan lebih mendapat informasi dan mendapatkan ide-ide baru tentang bagaimana kekuasaan bekerja dalam institusi pemerintah dan kepartaian dalam upaya memengaruhi pemikiran dan persepsi publik. Perilaku kekuasaan politik mencerminkan kualitas demokrasi suatu negara karena demokrasi bekerja dalam ranah kekuasaan negara yang terkontrol dan memberikan ruang kebebasan pada publik. Berbagai permasalahan terkait isu kebijakan politik kontemporer, seperti implementasi peraturan

daerah, kewirausahaan politik, *civil society*, *political branding,* media sosial, lingkungan, pertahanan, maupun geopolitik merupakan bahasan penting dalam buku ini.

Terakhir, kami ingin mengucapkan terima kasih kepada semua penulis yang dengan suka hati menyumbangkan waktu dan idenya untuk membantu mewujudkan buku ini. Semoga buku ini bermanfaat dan memperluas pemahaman tentang isu kebijakan politik kontemporer di Indonesia. Selamat membaca.

Pendahuluan

Menganalisis persoalan isu kebijakan politik kontemporer sepertinya tidak ada habisnya. Banyak isu yang dapat diangkat untuk merangsang perdebatan atau bahkan diselidiki lebih lanjut dalam ilmu politik. Bertujuan untuk menambah nilai ilmiah pada pemahaman politik yang ada di bidang ini. Karya buku ini merupakan sebagian kecil dari upaya memberikan kontribusi ilmiah yang berlandaskan realitas isu kebijakan politik kontemporer, mencakup perilaku politik institusi maupun individu dalam keterlibatannya atas berbagai fenomena politik kontemporer.

Pengantar buku ini ditulis ketika selesai dilaksanakannya pemilihan umum tahun 2024 yang berjalan dengan penuh dinamika politik, tetapi tetap dalam kondisi yang stabil. Pemilu 2024 menandakan adanya sikap kenegarawanan dari elite politik untuk tetap mengedepankan persatuan dan kesatuan sebagai suatu bangsa sehingga penting untuk mengkaji aspek-aspek yang terkait dengan pelaksanaan pemilu 2024. Selain itu, dalam proses perjalanan bangsa Indonesia dalam bernegara, banyak isu-isu kontemporer yang umum terjadi di tingkat lokal maupun nasional yang perlu mendapatkan perhatian dari akademisi sebagai upaya konseptualisasi kegiatan-kegiatan politik.

Kajian-kajian para akademisi dan sejumlah kelompok lain yang diadaptasi dari temuan kajian terhadap isu kebijakan politik kontemporer menjadi isi buku ini. Subtema dalam buku ini membahas topik "Isu Kebijakan Politik Kontemporer di Indonesia". Tentu saja, motivasi utamanya adalah upaya untuk menawarkan wawasan ilmiah kepada komunitas ilmiah, khususnya di bidang

partai politik, kebijakan publik, *civil society*, dan masalah umum lainnya.

Dinamika isu kebijakan politik kontemporer dipilih sebagai pokok bahasan utama dalam buku ini karena sejumlah alasan. *Pertama*, kebijakan publik merupakan aspek penting bagi kehidupan masyarakat sebagai pilar penting dalam suatu negara, bahkan Indonesia menyatakan bahwa rakyat adalah pemegang kedaulatan tertinggi. *Kedua*, isu politik kontemporer terutama pascapemilu 2024 perlu dikaji sebagai upaya kontemporer dalam memahami kegiatan politik kontemporer. *Ketiga*, isu kebijakan politik kontemporer yang terkait dengan permasalahan lingkungan merupakan aspek penting dalam masyarakat modern.

Aspek lain yang berkaitan dengan isi buku ini yang materi kajiannya dibahas dalam dua kajian utama; *Pertama*, kebijakan publik yang diterapkan di tingkat lokal maupun nasional. *Kedua*, isu politik kontemporer terutama yang menyangkut pemilu 2024 dan lingkungan sebagai isu penting bagi masyarakat pada era modern.

Atas dasar itu, subtema dalam buku ini berupaya untuk menjabarkan lebih lanjut mengenai isu kebijakan politik kontemporer di Indonesia. Subtema pertama ditulis oleh **Thomas Rizki Ali** dan **Khairu Roojiqien Sobandi** tentang implementasi kebijakan Gerakan Nasional Gemar Membaca yang diterapkan di perpustakaan daerah sebagai upaya penting pemerintah dalam meningkatkan literasi. Subtema kedua ditulis oleh **Novy Setia Yunas** tentang kebijakan hilirisasi dalam perspektif kewirausahaan politik yang memberikan perspektif bahwa kewirausahaan politik merupakan kajian ilmu politik yang dapat digunakan untuk menganalisis kebijakan publik.

Subtema ketiga ditulis oleh **Ahmad Sholikin** mengenai *civil society* dan advokasi kebijakan di Indonesia, kajian ini mencerminkan aspek demokrasi dalam perjalanan pemerintahan di Indonesia,

serta aspek kebebasan ruang bagi warga negara. Subtema keempat ditulis oleh **Ajeng Puspita Priantana** dan **Fazrian Noor Romadhon** mengkaji *political branding* calon presiden pada akun Instagram, kajian ini dapat mendorong analisis kontemporer mengenai strategi pemasaran politik yang digunakan oleh aktor dalam membentuk citra publik. Subtema kelima ditulis oleh **Arissy Jorgi Sutan** mengenai media sosial yang digunakan untuk melawan diskriminasi rasial, tulisan ini memberikan pemahaman dan penjelasan aplikatif dalam menggunakan media sosial sebagai alat untuk melawan diskriminasi rasial yang tidak sesuai dengan nilai-nilai HAM.

Subtema keenam ditulis **Hendy Setiawan** mengenai anak muda, lingkungan, dan partai politik sebagai bagian integral dalam isu politik kontemporer. Tulisan ini mengkaji bagaimana partai politik menggunakan isu lingkungan dalam mendapatkan suara anak muda. Subtema ketujuh ditulis **Qurnia Indah Permata Sar**i dan **Hoiril Sabariman** mengenai pragmatisme politik dengan menggunakan media sosial sebagai unit analisis. Tulisan ini memberikan gambaran media sosial dan kebijakan publik secara komprehensif.

Subtema kedelapan ditulis oleh **Teguh Anggoro** yang membahas kebijakan pertahanan nirmiliter yang penting dalam era kontemporer, berkembangnya berbagai ancaman memerlukan inovasi kajian mengenai kebijakan pertahanan yang lebih efektif dan efisien. Terakhir, subtema kesembilan ditulis oleh **Bambang Widianto Akbar,** mengkaji bahari di Indonesia. Tulisan ini penting untuk dibahas sebagai aspek penting bagi geopolitik di Indonesia.

Berbagai kajian yang menarik dari penulis diharapkan mampu menjadi refleksi perjalanan bernegara bangsa Indonesia, serta mampu menjadi pemicu lahirnya ide, gagasan, maupun kebijakan politik yang mampu berdampak pada kemajuan Indonesia.

Tim Editor

Daftar Isi

Kata Pengantar | v
Pendahuluan | vii
Daftar Isi | x

Implementasi Gerakan Nasional Gemar Membaca pada Undang-Undang Nomor 43 Pasal 49 dan 51 Tahun 2007 tentang Fungsi Perpustakaan Daerah
Thomas Rizki Ali dan Khairu Roojiqien Sobandi **1**

Kebijakan Hilirisasi dalam Perspektif Kewirausahaan Politik
Novy Setia Yunas **21**

Prospek dan Tantangan *Civil Society* dan Advokasi Kebijakan di Indonesia
Ahmad Sholikin **37**

***Political Branding* Calon Presiden Indonesia dalam Pemilihan Presiden 2024 Pada Akun Instagram**
Ajeng Puspita Priantana dan Fazrian Noor Romadhon **69**

Media Sosial di Masa Pandemi: Media Sosial digunakan untuk Menolak Diskriminasi Rasial Kasus Kampanye #AsianLivesMatter di Amerika Serikat
Arissy Jorgi Sutan **93**

Anak Muda, Lingkungan, dan Partai Politik: Bagaimana *Positiong* Isu Lingkungan dalam Kampanye Partai Politik 2024
Hendy Setiawan **109**

Pragmatisme Politik: Pengaruh Media Sosial Terhadap Kebijakan Publik
Qurnia Indah Permata Sari dan Hoiril Sabariman **135**

Kebijakan Pertahanan Nirmiliter di Indonesia
Teguh Anggoro **151**

Upaya Indonesia Mengembalikan Kejayaan Bahari
Bambang Widianto Akbar **169**

Tentang Penulis | 185

Thomas Rizki Ali dan Khairu Roojiqien Soband

IMPLEMENTASI GERAKAN NASIONAL GEMAR MEMBACA PADA UNDANG-UNDANG NOMOR 43 PASAL 49 DAN 51 TAHUN 2007 TENTANG FUNGSI PERPUSTAKAAN DAERAH

Pada Pasal 49 Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 tentang Fungsi Perpustakaan menyatakan, "*Pemerintah, pemerintah daerah, dan masyarakat mendorong tumbuhnya taman bacaan masyarakat dan rumah baca untuk menunjang pembudayaan kegemaran membaca*".

Hal ini merupakan upaya dalam menggulirkan budaya gemar membaca dimulai dari keluarga, satuan pendidikan, dan masyarakat. Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 tentang Fungsi Perpustakaan, jika kita tilik secara saksama bahwa hadirnya sebuah perpustakaan di tengah masyarakat bertujuan selain menumbuhkan budaya gemar baca di seluruh lapisan masyarakat Indonesia juga sebagai hak masyarakat. Kebijakan ini merupakan wujud nyata pelaksanaan UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa. Hak masyarakat yang dimaksud khususnya pada kebijakan tersebut, yakni agar sebuah institusi perpustakaan digunakan sebagai layanan bagi masyarakat dapat mengakses sarana pembelajaran sepanjang hayat tanpa membedakan umur, jenis kelamin, suku, ras, agama, dan status sosial-ekonomi.

Kemudian, pada Pasal 51 disebutkan pada ayat (1) pembudayaan kegemaran membaca dilakukan melalui gerakan nasional gemar membaca. Lalu, ayat (2) gerakan nasional gemar membaca sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh pemerintah dan pemerintah daerah dengan melibatkan seluruh masyarakat. Sehingga kehadiran sebuah perpustakaan berguna dalam menggalakkan promosi gemar membaca di masyarakat dalam Gerakan Nasional Gemar Membaca.

Pembahasan ini bertujuan menganalisis implementasi Pasal 49 dan 51 Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 tentang Fungsi Perpustakaan dengan menelaah sejauh mana taman bacaan masyarakat (TBM) dan rumah baca menggulirkan Gerakan Nasional Gemar Membaca. Pembahasan ini memotret penyelenggaraan TBM di daerah. Kemudian, sebagai dasar pijakan, pembahasan ini menggunakan konsep implementasi kebijakan. Implementasi, menurut Nurdin Usman, dapat diartikan sebagai pelaksanaan kegiatan, tindakan, aksi, atau keberadaan cara kerja dalam suatu sistem memiliki prosedur tertentu (Usman, 2002). Proses penerapan atau pelaksanaan tersebut bukan hanya kegiatan rutin, tetapi merupakan suatu tindakan yang terencana, dilaksanakan dengan maksud untuk mencapai hasil yang diharapkan dari kegiatan tersebut (Usman, 2002). Van Meter dan Van Horn (1978) merumuskan proses implementasi sebagai, "*those actions by pu-blic or private individuals (or groups) that are directed at the achieve-ment of objectives set forth in prior policy decisions*" bahwa imple-mentasi merujuk pada tindakan yang dilakukan oleh individu, pejabat, atau entitas swasta dengan tujuan mencapai sasaran yang telah ditetapkan (Meter & Horn, 1975).

Implementasi dianggap sebagai manifestasi kunci dan fase yang sangat krusial dalam proses kebijakan (Ripley, 1986). Perspektif ini diperkuat oleh pandangan Edwards III yang menyata-

kan bahwa tanpa pelaksanaan keputusan pembuat kebijakan yang efektif, yakni mengimplementasikan kebijakan, keberhasilan dari sebuah kebijakan tidak akan tercapai. Implementasi kebijakan merujuk pada tindakan yang terlihat setelah dikeluarkannya arahan resmi kebijakan, melibatkan upaya untuk mengelola *input* guna mencapai hasil atau dampak yang signifikan bagi masyarakat (Edwards, 1980).

Menumbuhkan minat gemar membaca pada masyarakat sebagai sebuah usaha pemberdayaan lewat upaya peningkatan literasi di kalangan masyarakat merupakan tugas pokok pemerintah sebagai lembaga yang memiliki otoritas untuk memberikan fasilitas pendidikan dan pengetahuan kepada warga negaranya. Pendidikan literasi dalam konteks tradisional terfokus pada pengembangan keterampilan membaca dan menulis agar setiap anggota masyarakat dapat berpartisipasi tanpa memandang usia. Pada Pasal 49 Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 tentang Fungsi Perpustakaan memiliki tujuan nasional mencerdaskan kehidupan bangsa melalui fungsi perpustakaan, taman bacaan masyarakat, dan rumah baca untuk menunjang pembudayaan kegemaran membaca.

Budaya membaca sebagai upaya pengembangan karakter melalui penyelenggaraan perpustakaan dimulai dari lingkungan keluarga hingga masyarakat. Kebijakan ini bermaksud untuk melibatkan pemerintah, pemerintah daerah, masyarakat, dan/atau orang tua untuk penumbuhan pembudayaan kegemaran membaca yang dilakukan melalui keluarga, satuan pendidikan, dan masyarakat. Dalam penerapan program gerakan literasi masyarakat, yakni hadirnya Taman Bacaan Masyarakat (TBM) yang saat ini sudah cukup sering ditemui di tiap daerah baik di desa atau kelurahan. TBM berperan sebagai tempat individu dari be-

ragam lapisan masyarakat tanpa memandang status latar belakang sosial dan ekonominya. TBM dirancang khusus oleh pihak pemerintah, individu, lembaga swadaya masyarakat, atau masyarakat secara mandiri untuk menyediakan materi bacaan dan mengembangkan minat membaca di kalangan penduduk sekitar taman bacaan tersebut.

Menurut Sutarno N.S., peran umum dari sebuah Taman Bacaan Masyarakat melibatkan fungsi sebagai sumber informasi, tempat pendidikan, fasilitas penelitian, tempat preservasi dan pelestarian sumber daya budaya nasional, dan juga sebagai area rekreasi yang sehat, ekonomis, dan bermanfaat. Secara khusus, Taman Bacaan Masyarakat memiliki berbagai peran yang spesifik, yaitu: perpustakaan memainkan berbagai peran penting dalam mendukung masyarakat. *Pertama*, perpustakaan menjadi jembatan penghubung antara sumber informasi dan pengetahuan dengan pengguna melalui berbagai koleksi bahan bacaan. *Kedua*, perpustakaan memfasilitasi interaksi antara pengguna dan pengelola untuk memberikan pelayanan yang berkualitas. *Ketiga*, perpustakaan berupaya memupuk budaya membaca dengan menyediakan koleksi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu, perpustakaan berperan sebagai pendorong bagi individu yang ingin mengembangkan pengetahuan dan pengalaman. Perpustakaan juga bertindak sebagai agen perubahan dengan menjalankan program-program yang mendukung pembangunan dan memajukan aspek-aspek kebudayaan manusia. Lebih lanjut, perpustakaan berfungsi sebagai lembaga pendidikan informal, membantu masyarakat untuk belajar mandiri, melakukan penelitian, dan berpartisipasi dalam kegiatan edukatif. Selain itu, perpustakaan berperan sebagai pembimbing dan konsultan bagi pengguna, memberikan pendidikan pengguna, serta mengelola koleksi dengan tujuan menjaga nilai warisan

berharga dari karya manusia (N.S., 2006).

Pembentukan dan pengelolaan dari sebuah TBM memiliki beberapa harapan publik yang menjadi targetnya, yakni terciptanya aksi dan budaya literasi bagi masyarakatnya. Dengan demikian, lokasi taman baca tersebut menjadi manifestasi dari kesadaran dan tanggung jawab masyarakat dalam semangat gotong royong untuk meningkatkan minat dan kualitas membaca. Pendirian Taman Baca Masyarakat tidak hanya bertujuan mendukung inisiatif pemerintah, tetapi juga untuk menyediakan fasilitas pendidikan dan ruang pembelajaran informal bagi semua lapisan masyarakat, tanpa memperhatikan status sosial atau jenis kelamin. Sehingga memberikan peluang kepada anak-anak untuk mengeksplorasi potensi mereka, menumbuhkan bakat dan rasa peduli, serta menyediakan pengalaman dan ruang untuk berkreasi melalui kegiatan yang bernilai.

Di Indonesia sudah banyak TBM yang dibangun atas prakarsa dari masyarakatnya yang peduli akan budaya literasi juga demi menerapkan kebijakan Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 tentang Fungsi Perpustakaan, pada Pasal 51 ayat (1) disebutkan bahwa pembudayaan kegemaran membaca dilakukan melalui Gerakan Nasional Gemar Membaca. Kemudian, kebijakan tersebut mengamanatkan bahwa satuan pendidikan membina pembudayaan kegemaran membaca dengan memanfaatkan perpustakaan. Kemudian, pada ayat (5) di pasal tersebut bahwa untuk mewujudkan pembudayaan kegemaran membaca pengadaan perpustakaan dapat bekerja sama dengan pemangku kepentingan. Sehingga perpustakaan sebagai wahana belajar sepanjang hayat berfungsi mengembangkan potensi masyarakat.

Para pemrakarsa sebuah TBM atau sejenisnya tidak melulu datang dari para perangkat atau warga asli daerah tersebut, tetapi diprakarsai oleh pihak di luar masyarakat wilayah dari loka-

si TBM. Adapun tercatat berbagai macamnya TBM dibangun atas dorongan dari banyak faktor bisa kita urai dengan melihat karakteristik lembaga penyelenggara. Pembahasan ini memotret adanya beberapa poin penting dalam implementasi Gerakan Nasional Gemar Membaca.

Gerakan Nasional Gemar Membaca sebagai Gerakan Pendidikan Alternatif

Gerakan Nasional Gemar Membaca dijelaskan dalam kebijakan fungsi perpustakaan bertujuan memberikan dukungan kepada anak-anak di luar jangkauan akses sekolah agar tetap memiliki kemampuan literasi yang baik sebagai generasi berpendidikan. Gerakan ini melibatkan kegiatan literasi di luar sekolah, seperti komunitas baca. Hal ini mencerminkan bahwa gerakan ini sebagai bentuk pendidikan alternatif yang menerapkan metode pembelajaran di luar dari institusi pendidikan formal. Umi Khomsiyatun dalam penelitiannya tentang adanya komunitas yang konsen terhadap pendidikan dan sosial berawal dari sebuah taman baca dari masyarakat. Dalam penelitiannya, salah satu komunitas itu berada di Banyumas yang membiasakan kebiasaan gemar membaca bernama Rumah Kreatif Wadas Kelir (RKWK) (Khomsiyatun, 2017).

Sejak berdirinya komunitas ini, telah terjadi pengaruh signifikan pada masyarakat, khususnya dalam konteks pendidikan yang menerapkan nilai-nilai literasi budaya kepada warganya. Komunitas taman baca ini memiliki fokus utama pada pengembangan *soft skill* dan karakter remaja. Kegiatan-kegiatan seperti pelatihan menulis, menggambar, jurnalistik, serta kegiatan seni seperti teater, pantomim, dan seni tari menjadi sorotan utama dalam upaya meningkatkan keterampilan dan karakter generasi muda di sekitar Taman Baca Wadas Kelir.

Dampak pengetahuan yang didapatkan oleh remaja di RKWK tercermin dalam pencapaian-pencapaian gemilang remaja Rumah Kreatif Wadas Kelir yang berhasil meraih prestasi dalam banyak perlombaan kancah tingkat daerah hingga nasional. Terdokumentasi prestasi remaja-remaja Rumah Kreatif Wadas Kelir mendulang prestasi, yakni memperoleh gelar juara 3 dalam Lomba Menulis Surat untuk Presiden, juara 3 dalam Lomba Mendongeng, juara 1 dalam OSN Matematika, serta menjabat sebagai ketua OSIS dan ketua organisasi di sekolah masing-masing, mencerminkan keunggulan intelektual mereka. Mereka juga meraih prestasi sebagai juara di kelas dan berhasil dalam berbagai hal lainnya (Khomsiyatun, 2017).

Penelitian yang mengangkat Taman Baca (RKWK) Wadas Kelir dilakukan oleh Triyana (2021) yang mengulas penerapan budaya literasi Rumah Kreatif Wadas Kelir bagi anak usia dini. Hasil penelitiannya Taman Baca Masyarakat Wadas Kelir memiliki dampak positif yang signifikan dalam memupuk budaya literasi dini di tengah masyarakat, melengkapi peran penting keluarga dan sekolah. Ada berbagai metode yang digunakan untuk mengedukasi dan menggalakkan masyarakat agar gemar membaca. Salah satu langkah yang efektif adalah peran aktifnya yang telah mendirikan sekolah literasi. Sekolah ini berfungsi sebagai fasilitator bagi anak-anak usia dini (AUD) yang duduk di usia taman kanak-kanak (TK) hingga masuk sekolah dasar. Program pengembangan literasi untuk anak usia dini mencakup berbagai kegiatan, seperti bermain dengan kata dan angka, melatih fokus anak, dan mendengarkan cerita dan diakhiri dengan ujian tertulis untuk melatih daya kognitif para siswa, kemudian diadakan evaluasi melalui penilaian secara berkala. Selain itu, upaya pengembangan juga melibatkan permainan klasik yang menggabungkan aspek literasi, kegiatan wisata dengan fokus literasi,

dan permainan berperan. Melalui berbagai inisiatif ini, wadah yang dibentuk oleh RKWK tersebut menjadi pusat literasi yang menyenangkan dan mendukung perkembangan literasi di komunitas tersebut (Triyana dan Diana, 2021).

Kehadiran gerakan literasi sejatinya bukan hanya dari prakarsa kehadiran TBM, melainkan benih-benih gerakan literasi juga hadir melalui keaktifan dari keberadaan institusi yang sudah ada. Insitusi tersebut salah satunya ialah masjid, di mana bangunan masjid diberdayakan menjadi pusat-pusat kajian agama yang secara langsung merangsang budaya membaca atau literatur. Edy Suparjan (2022) dalam penelitiannya yang mengangkat Taman Baca Masyarakat di Desa Sakuru, Kecamatan Monta, Kabupaten Bima, Nusa Tenggara Barat menemukan bahwa TBM dapat dimulai dari sebuah masjid. Penelitiannya memotret para pemuda yang terlibat dalam kegiatan di masjid dan menjadi figur masyarakat yang berperan aktif dalam upaya meningkatkan literasi di desa, walaupun desa memiliki perpustakaan desa yang bernama Perpustakaan Insan Cita, Desa Sakuru. Keberadaan pengembangan budaya literasi berpindah peran ke para pengurus masjid. Kegiatan literasi masyarakat melibatkan majelis taklim dan remaja masjid dalam upaya membina karakter dan moral khalayak umum khususnya generasi muda. Hal ini melibatkan penyelenggaraan kegiatan bersifat religius, seperti ceramah, kajian agama bersama, serta diadakannya perlombaan membaca ayat Al-Qur'an sebagai bagian integral yang muncul sebagai bentuk inisiatif penyelenggaraan tersebut. Partisipasi masyarakat dalam kegiatan literasi mencakup majelis taklim dan remaja masjid dalam upaya membina karakter bagi kaum muda serta moral masyarakat. Ini mencakup penyelenggaraan kegiatan keagamaan di antaranya ceramah, diskusi kelompok, panduan akademis, dan kompetisi membaca teks suci termasuk dalam rangkaian ke-

giatan program tersebut.

Masjid sebagai ruang publik dapat menjadi suar dari budaya literasi. Masjid di Desa Sakuru dimanfaatkan oleh para aktivis desa sebagai ruang di mana kegiatan literasi berlangsung. Masjid Desa Sakuru lewat kelompok majelis taklimnya memanfaatkan situasi dengan membuat kegiatan di antaranya kegiatan ceramah dan kajian Islam diselenggarakan oleh kelompok majelis taklim. Kegiatan marawis diorganisasi oleh majelis taklim dan remaja masjid. Lomba baca kitab suci diadakan oleh majelis taklim dan remaja masjid. Selain itu, terdapat kegiatan pembinaan minat dan bakat yang berkaitan dengan menumbuhkan keahlian dalam berkomunikasi dan seni di antaranya *Master Of Ceremony* (MC) dan Kaligrafi. (Suparjan, Zulkifli, dan Irawan, 2022). Ragamnya kegiatan secara mekanisme berperan membentuk implementasi gerakan literasi masyarakat di desanya. Hal menarik terjadi saat masjid memiliki berbagai peran dan kemampuan untuk menyediakan ruang interaksi bagi masyarakat, berubah fungsinya menjadi tempat di mana masyarakat mencari pengetahuan.

Taman Baca Masyarakat atau tempat yang menyajikan tambahan pendidikan di luar sekolah di tengah masyarakat merupakan wajah dari layanan pendidikan informal sehingga memiliki peran tambahan sebagai penyempurna pendidikan bagi individu yang sedang mengikuti pendidikan formal. Sebagai layanan pendidikan alternatif, keberadaan TBM merangsang adanya sebuah gerakan pendidikan sebab TBM menghadirkan pendidikan di luar sekolah. Penelitian yang dilakukan Opik (2022) yang juga membahas dampak dari keberadaan sebuah taman baca masyarakat menunjukkan gerakan pendidikan ke arah memberdayakan masyarakat, dalam konteks pembahasan ini, berkaitan dengan memberdayakan generasi muda melalui upaya

peningkatan literasi. Gerakan literasi dapat berjalan sebagai proses pemberdayaan pemuda sebagai pengurus dari sebuah TBM. Penelitian yang memotret TBM Panti Baca Ceria yang berada di Lingkungan Kebon Cau, Cipameungpeuk, Kecamatan Sumedang Selatan, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat mencerminkan bahwa gerakan literasi yang diadakan menargetkan seluruh rentang usia, dengan fokus pada keterampilan literasi dasar yang disampaikan melalui berbagai aktivitas dengan melibatkan pemuda sebagai pengurus organisasi menunjukkan adanya penerima manfaat secara tidak langsung dalam bentuk pemberdayaan bagi dirinya sendiri. Karena keterlibatan aktor-aktor dalam lingkup tersebut, yakni pemuda desa sebagai pengurus/relawan TBM, pada akhirnya menumbuhkan nilai-nilai yang merangsang bagi pengurus untuk berpikir dan bertindak dalam menghadirkan kebaharuan program atau kegiatan TBM.

Dalam penelitian tersebut dijabarkan bahwa pemberdayaan dijalankan melalui tiga langkah yang mencakup: 1) melakukan komunikasi persuasif dan mendekati pemuda yang mengunjungi TBM atau lapak baca, 2) memperkuat potensi literasi dan keterampilan pemuda, dan 3) menciptakan karya literasi sambil memberdayakan mereka untuk membantu mengelola program dan berpartisipasi dalam kegiatan di TBM Panti Baca Ceria. Pembangunan kemampuan kemandirian bagi para pemuda relawan yang dilakukan oleh TBM Panti Baca Ceria dengan mengajak generasi muda untuk bersama-sama membuat karya seni dan bertanggung jawab dalam mengatur program serta melaksanakan kegiatan. Dari sini, bisa kita lihat bahwa pendidikan tidak hanya melibatkan transfer pengetahuan dari guru ke siswa, tetapi juga melibatkan penanaman nilai-nilai.

Hal ini bertujuan untuk membentuk kemampuan manusia dalam berpikir secara kritis terhadap fenomena dan tanggung ja-

wab sosial di masyarakat. Pemuda yang awalnya hanya sebagai penikmat atau target dari kehadiran TBM. Namun, berkat masuknya pemuda sebagai relawan TBM, akhirnya para pemuda desa tersebut secara langsung dituntut untuk bersama-sama menciptakan karya, serta bertanggung jawab dalam mengelola program-program produktif untuk kepentingan mengisi kegiatan TBM.

Gerakan Panti Baca Ceria memicu partisipasi puluhan pemuda setiap tahunnya melalui pembicaraan kecil yang dimulai dari interaksi antara para pemuda yang telah lama berperan sebagai relawan. Komunikasi dilakukan secara persuasif kepada para pemuda yang hadir di TBM. Hasilnya, mereka menjadi anggota dan relawan Panti Baca Ceria. Dampak positif keberhasilan usaha pemberdayaan yang dilaksanakan oleh Panti Baca Ceria terlihat melalui pencapaian sebagai bentuk legitimasi pengakuan yang diterima, seperti TBM Kreatif-Rekreatif Tahun 2020 dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, kemudian meraih banyak penghargaan bergengsi lainnya dari berbagai tingkat daerah dan instansi sejak tahun 2018–2020 (Opik dan Nurhayati, 2022).

Identifikasi Inisiator Gerakan Nasional Gemar Membaca

Gerakan Nasional Gemar Membaca sebagai wujud fasilitator bagi usaha peningkatan budaya literasi di masyarakat melalui Taman Bacaan Masyarakat, tentunya melibatkan berbagai macam *stakeholder* dalam mewujudkan budaya literasi. Inisiator atau penyelenggara dari program peningkatan budaya literasi di sebuah daerah bisa datang dari dalam daerah atau luar daerah. Jubaedah (2022) yang meneliti TBM Wadas Kelir menuliskan bahwa dalam sejarahnya, TBM Wadas Kelir didirikan pada ta-

hun 2013 oleh sekelompok individu dari berbagai generasi yang bergabung untuk membentuk TBM Wadas Kelir. Pada awalnya anggota kelompok terdiri dari pelajar perguruan tinggi dan siswa sekolah dasar hingga menengah, berfokus utama pada kegiatan melibatkan tiga aspek kunci pembelajaran, berkreasi, dan pelayanan masyarakat (Jubaedah dan Subur, 2022). Hal ini menandakan bahwa TBM Wadas kelir berdiri atas prakarsa masyarakat yang resah dan peduli atas pentingnya budaya literasi.

Selanjutnya, keberadaan TBM yang hadir atas prakarsa masyarakatnya juga terdapat dalam penelitian milik Opik (2022) berjudul "Pemberdayaan Pemuda Melalui Gerakan Literasi Di TBM Panti Baca Ceria Kabupaten Sumedang". Dalam penelitiannya, TBM di kelurahan Cipameungpeuk, Kecamatan Sumedang Selatan hadir sejak tahun 2016. Gerakan ini diciptakan oleh Ipul Saepulloh, seorang pemuda warga kelurahan setempat yang merasa prihatin dengan rendahnya budaya literasi di daerahnya. Ia berinisiatif mengisi kekosongan gerakan literasi di daerahnya berawal dari mengubah rumah pribadinya menjadi Tempat Bacaan Masyarakat (TBM). Dengan fokus awalan layanan diarahkan pada kegiatan penyedia buku untuk dibaca di tempat atau dipinjam yang kemudian menjadi program utama.

Hadirnya sebuah TBM selain atas prakarsa pihak di dalam daerah penyelenggara juga hadir atas dorongan dari luar daerah. Dorongan dari luar daerah biasanya terjadi karena adanya kerja sama yang dibangun antara para pemangku pemerintah sebuah kawasan, baik desa ataupun kelurahan dan organisasi di luarnya. Seperti pada penelitian dari Ruslan (2017) membahas tentang hadirnya Taman Bacaan (TABACA) Masyarakat Desa Cot Lamme di Aceh Besar, struktur organisasinya terbentuk dari melibatkan anggota yang semuanya adalah relawan pengelola. Para relawan berasal dari Pusat Pengabdian Masyarakat (P2M)

UIN Ar-Raniry dan merupakan mahasiswa di kampus tersebut. Keberadaan TABACA merupakan komitmen yang solid antara para relawan pengelola dan pemangku kepentingan Pemerintah Desa Cot Lamme bersama dengan mahasiswa dengan bermaksud untuk menumbuhkan ketertarikan pada membaca yang baru di masyarakat Desa Cot Lamme (Ruslan, 2017).

Penelitian terkait Taman Baca Masyarakat yang hadir atas prakarsa dorongan pihak luar dibahas oleh Sukiyanto dkk. (2021), dengan melakukan tahap pelaksanaan pengabdian pembuatan TBM yang dilaksanakan di Dusun Cumpleng, Desa Bronjong, Kecamatan Bluluk Lamongan. Pelaksanaannya dilakukan atas kerja sama dengan tokoh pemerintah desa yang melewati beberapa tahap. Dalam perencanaannya, langkah pertama melibatkan observasi, penjadwalan pelaksanaan, dan pembentukan *Forum Group Discussion* (FGD) dengan unsur-unsur masyarakat setempat seperti para orang tua, kelompok ibu muslimat dan PKK, dengan mengutarakan maksud untuk memperoleh dukungan. Hal ini dilaksanakan demi mewujudkan pembangunan TBM desa (Sukiyanto, Mufidah, dan Maulidah, 2021).

Terciptanya TBM di tengah masyarakat berkaitan dengan sejauh mana tingkat kepedulian masyarakat pada suatu komunitas akan pentingnya melek huruf atau budaya membaca. Pada pembahasan ini diketahui bahwa aktor inisiator dari gerakan literasi masyarakat di tingkat daerah serta partisipannya datang dari banyak pihak, baik dari dalam atau luar daerah. Pihak-pihak yang dimaksud di antaranya pemerintahan, warga masyarakat atau kalangan intelektual, seperti mahasiswa atau lembaga swadaya masyarakat. Sedangkan pemerintah tingkat atas baik kabupaten/provinsi/pusat masih jarang memiliki peran yang signifikan dalam usaha untuk meningkatkan kapasitas pengetahuan masyarakat lewat dukungan bagi TBM atau sejenisnya.

Faktor Hambatan Gerakan Nasional Gemar Membaca sebagai Gerakan Pendidikan Alternatif

Berhasil atau tidaknya penerapan sebuah kebijakan, sebagaimana disajikan oleh Weimer dan Vining (Pasolong, 2007), bergantung pada dasar logika kebijakan, kolaborasi yang terbentuk, dan kemampuan serta komitmen sumber daya manusia yang terlibat. Kemudian, Gow dan Morss menyatakan bahwa ada beberapa kendala dalam menerapkan kebijakan, yakni faktor politik, ekonomi, kekurangan keterampilan teknis dalam sumber daya manusia, minimnya partisipasi, kendala terkait manajemen waktu, sistem informasi, tujuan dan pelaku yang berbeda, serta kurangnya dukungan berkelanjutan (Pasolong, 2007).

Penelitian Zubaidah (2018) menjelaskan bahwa dalam mewujudkan gerakan literasi, sebuah organisasi dapat mengalami keberhasilan atau menghadapi rintangan karena beberapa faktor. Salah satu hal yang dapat menjadi penghambat adalah keterbatasan dana. Ketidaktersediaan sumber daya keuangan, anggaran, dan peralatan berdampak terhadap munculnya hambatan, seperti keterbatasan akses terhadap bahan bacaan, ketidakmampuan dalam mengadakan penyegaran, dan pembaharuan sumber bacaan sehingga menyebabkan kondisi internal gerakan yang stagnan. Selain kendala dana, faktor lain adalah teknologi kini yang mengancam fokus teralihkannya target penyelenggara fasilitas baca di mata masyarakat yang menjadi target gerakannya. Zubaidah dan Zuriah (2018) juga menjelaskan bahwa adanya gawai menyebabkan masyarakat lebih memilih bermain gawai sehingga dapat menghambat terserapnya informasi yang baik akibat rendahnya kebutuhan masyarakat untuk membaca.

Kekurangan dana dapat menghambat kemampuan gerakan literasi untuk mencapai dampak sosial yang maksimal. Misalnya, proyek-proyek literasi yang seharusnya dapat mengubah

masyarakat mungkin tidak dapat mencapai potensi penuhnya. Selain itu, persoalan dana berpengaruh pada ketersediaan buku, materi literasi, dan sumber daya pendidikan mungkin terbatas. Dalam gerakan literasi masyarakat yang seringnya muncul atas prakarsa swadaya masyarakat, kekurangan dana adalah persoalan yang serius karena dapat menghambat pengadaan buku, peralatan pembelajaran, dan pelatihan bagi para fasilitator literasi. Kekurangan dana pada era digital bagi pengembangan gerakan literasi masyarakat dapat memunculkan berbagai masalah. Salah satunya adalah persoalan inovasi teknologi yang rendah sehingga sering kali diperlukan untuk meningkatkan efektivitas gerakan literasi. Kekurangan dana dapat menghalangi penggunaan teknologi baru dan menghambat kemajuan dalam menyediakan pendidikan literasi yang lebih modern.

Penelitian serupa, yakni Nurazizah (2020) membahas faktor penghambat implementasi program Gerakan Indonesia Membaca melalui Kampung Literasi Tukangan Tegalpanggung, Danurejan, Kota Yogyakarta adalah persoalan dana. Selain persoalan dana, hambatan selanjutnya adalah tidak munculnya inovasi pembaharuan program yang menarik minat masyarakat untuk pergi berkunjung atau sekadar bermain ke Taman Bacaan Masyarakat. Suparjan (2022) dalam penelitiannya yang membahas implementasi Gerakan Literasi Masyarakat (Gelmas) di Desa Sakaru, Kecamatan Monta, Kabupaten Bima, Nusa Tenggara Barat juga mendapati hambatan dalam menggulirkan gerakan tersebut ialah karena partisipasi masyarakat yang kurang dalam mengunjungi atau memanfaatkan perpustakaan. Akibat pengurus perpustakaan yang belum aktif secara efektif dalam menghidupi TBM. Hal ini menandakan kurangnya program-program literasi yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat dapat membuat mereka merasa kurang tertarik untuk berpartisipasi.

Penutup

Gerakan Nasional Gemar Membaca memiliki peran penting dalam meningkatkan budaya literasi di masyarakat tidak hanya menjadi gerakan literasi, tetapi juga menjadi bentuk pendidikan alternatif karena gerakan ini, melalui TBM di daerah-daerah, memberikan pelayanan pendidikan yang memberikan pengalaman dan kurikulum yang berbeda dengan sekolah. TBM menjadi pusat kegiatan literasi di masyarakat, melibatkan anak-anak dan remaja dalam kegiatan membaca, menulis, dan aktivitas literasi lainnya. Selain itu, implementasi Gerakan Nasional Gemar Membaca mendorong gerakan sosial yang memiliki tujuan yakni terselenggarakannya budaya literasi. Hadirnya banyak TBM mencerminkan adanya kekuatan *civil society* sebagai mitra pemerintah dalam mengimplementasikan program tersebut di tataran kedaerahan. Kekuatan *civil society* di sini dapat dilihat dari adanya kekuatan aksi kolektif dari prakarsa pembentukan taman bacaan yang membangun solidaritas bersama demi terciptanya ruang publik khusus membaca yang dikelola secara swadaya untuk pendidikan di kalangan masyarakat.

Identifikasi inisiator program gerakan ini menunjukkan bahwa keberadaan TBM bisa berasal dari prakarsa masyarakat setempat, seperti kelompok mahasiswa, pemuda, atau tokoh masyarakat. Kemudian, prakarsa atas dorongan dari luar masyarakat daerah setempat, seperti kerja sama dengan lembaga pendidikan atau pihak luar yang peduli terhadap budaya literasi, yang juga memainkan peran penting dalam pendirian sebuah taman bacaan masyarakat. Terdapat beberapa faktor hambatan dalam implementasi Gerakan Nasional Gemar Membaca dalam wujud TBM atau sejenisnya, yakni persoalan keterbatasan dana sebagai sumber daya keuangan dapat memengaruhi akses terhadap bahan bacaan, pembaharuan koleksi, dan menyebabkan

stagnansi gerakan. Kemudian, tidak adanya inovasi pembaharuan program yang menarik minat masyarakat sehingga minat masyarakat untuk mengunjungi taman bacaan berkurang.

Kesimpulannya, implementasi Gerakan Nasional Gemar Membaca melalui pendayagunaan fungsi perpustakaan, salah satunya TBM, memiliki dampak positif dalam meningkatkan budaya literasi pada masyarakat. Program ini tidak hanya memberikan akses kepada masyarakat yang berada di luar jangkauan pemerintah pusat, dengan membentuk pusat kegiatan literasi yang beragam secara lokal kedaerahan, mendorong minat baca, dan memberdayakan masyarakat melalui pendidikan informal.

Daftar Pustaka

Basuki, S. (1991). *Pengantar Ilmu Perpustakaan.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Edwards, G. C. (1980). *Implementing Public Policy.* England: Congressional Quarterly Press.

Elmore, R. F. (1979). Backward mapping: Implementation research and policy decisions. *Political Science Quarterly, Volume 94, Issue 4, Winter 1979*, 601–616.

Hermawan , R., & Zen, Z. (2006). *Etika Kepustakawanan Suatu Pendekatan Terhadap Profesi dan Kode Etik Pustakawan Indonesia.* Jakarta: Sagung Seto.

Hill, M. (2005). *Implementing Public Policy Fourth edition.* London: Pearson Education Limited.

Ibrahim, A. (2013). Perawatan dan Pelestarian Bahan Pustaka. *Khizanah Al- Hikmah Vol. 1 No. 1*, 77–89.

Irhandayaningsih, A. (2019). Menanamkan Budaya Membaca pada Anak Usia Dini. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi Vol. 3, No. 2*, 109–118.

Jubaedah , D., & Subur. (2022). Manajemen Strategi Pengelolaan Taman Bacaan Masyarakat di Wadas Kelir. *Jurnal Idea Vol. 8 No. 1* , 17–26.

Kadji, Y. (2015.). Formulasi dan Implementasi Kebijakan Publik. Gorontalo: UNG Press.

Khomsiyatun, U. (2017). Budaya Literasi Meningkatkan Pengetahuan, Soft Skill, dan Karakter Remaja di Rumah Kreatif Wadas Kelir. *Prosiding Seminar Universitas Muhammadiyah*, 7–15.

Korniawan, R. (2016). Optimalisasi Peran Pustakawan dalam Membentuk Pola Pikir Masyarakat Melalui Pendidikan Informal. *Khizanah Al-Hikmah : Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, Dan Kearsipan, Vol. 4, No. 2*, 130–139.

Mansur, J. (2021). Implementasi Konsep Pelaksanaan Kebijakan dalam Publik. *Jurnal Ekonomi Islam, Volume vi No. ii*.

Meter, D. S., & Horn, C. E. (1975). The Policy Implementation

Process: A Conceptual Framework in Administration and Society. *Administration & Society Vol. 6 No. 4*, 445–485.

NS, S. (2006). *Perpustakaan dan Masyarakat.* Jakarta: CV Sagung Seto.

Opik, & Nurhayati, N. (2022). Pemberdayaan Pemuda melalui Gerakan Literasi di TBM Panti Baca Ceria Kabupaten Sumedang. *Jurnal AKRAB Vol. XIII Edisi 1*, 32–43.

Pamuntjak, R. S. (1976). *Pedoman Penyelenggara Perpustakaan Umum.* Jakarta: Djambatan.

Pasolong, H. (2007). *Teori Administrasi Publik.* Bandung: Alfabeta.

Pemerintah Republik Indonesia. (2007). *Undang-Undang No. 43 Tahun 2007 Tentang Perpustakaan.* Jakarta: Perpustakaan Nasional RI.

Purwanto, A., & Lestari, S. (2020). Peran taman baca masyarakat Pagon Sinau dalam edukasi literasi anak di Dusun Jayan. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan Vol. 08, No. 02*, 140–152.

Redaksi. (2017, Oktober 28). Retrieved from Media Indonesia: https://mediaindonesia.com/humaniora/129442/gerakan-literasi-nasional-resmi-diluncurkan.

Redaksi. (2019, Agustus 27). Retrieved from Jpnn: https://www.jpnn.com/news/gerakan-indonesia-membaca-tingkatkan-literasi-masyarakat?page=3.

Reynaldi, M., & Halim, M. (2022). Taman Baca Masyarakat Rorotan Untuk Meningkatkan Minat Baca. *Jurnal Stupa Vol. 4, No. 1* , 519–530.

Ripley. (1986). Policy Implementation and Bureaucracy (second edition). The Dorsey Press: ChicagoIllionis.

RISAL. (2018). *Penerapan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 Tentang Fungsi Perpustakaan Di Perpustakaan Umum Kota Makassar.* Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Ruslan. (2017). Membangun Literasi Masyarakat Melalui Taman Bacaan Masyarakat di Cot Lamme–Aceh Besar. *ADABIYA Vol. 19 No. 2*, 155–168.

Sukiyanto, Mufidah, E., & Maulidah, T. (2021). Pendampingan Gerakan Literasi Masyarakat Melalui Rumah Baca.

Aksiologiya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol. 5 No. 1, 112–120.

Suparjan, E., Zulkifli, & Irawan, R. (2022). Implementasi Gerakan Literasi Masyarakat (Gelmas) Sesuai Peraturan Bupati Bima Nomor 35 Tahun 2019 Di Kecamatan Monta Kabupaten Bima Nusa Tenggara Barat. *Jipis Vol. 31 No. 1*, 12–14.

Sutikno , Harifa, A. C., Hanggara, I., & Sholeh, M. (2021). Pendirian Taman Baca Masyarakat Sebagai Upaya Peningkatan Literasi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol. 1, No. 6*, 1157–1164 .

Triyana, & Diana, R. R. (2021). Implementasi Program Pengembangan Literasi Bagi Aud Di Komunitas Sekolah Literasi Wadas Kelir. *Jurnal Pelita Paud Vol. 6 No. 1* , 41–51.

Usman, N. (2002). *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum.* Jakarta: Grasindo.

Uyun, A. S., Rifa'i, A. B., & Marfuah, L. A. (2022). Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Taman Baca Masyarakat. *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam Vol. 7, No. 2*, 151–172.

Zubaidah, S. H., & Zuriah, N. (2018). Implementasi Kebijakan Gerakan Literasi Sekolah di SMP Negeri 3 Malang. *Jurnal Kebijakan Dan Pengembangan Pendidikan Vol. 6 No. 1*, 146–157.

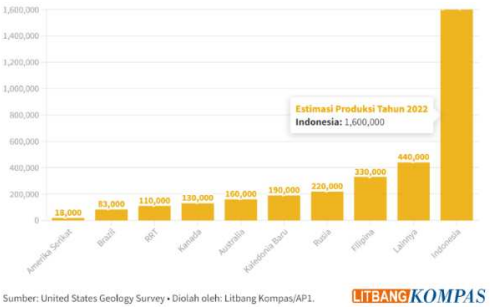
KEBIJAKAN HILIRISASI DALAM PERSPEKTIF KEWIRAUSAHAAN POLITIK

Indonesia merupakan negara kepulauan di dunia yang memiliki kekayaan sumber daya alam (SDA) yang begitu melimpah. Dilihat dari struktur geologi, Indonesia memang memiliki beragam potensi sumber daya geologi di antaranya sumber daya mineral, batu bara, dan panas bumi. Negeri ini sangat kaya akan jenis mineral, baik mineral logam di antaranya emas, perak, tembaga, nikel, timah, seng, besi, aluminium, dan logam tanah jarang maupun mineral bukan logam dan batuan, seperti batu gamping, kaolin, fosfat, gipsum, dan batuan pembawa kalium. Sumber daya mineral tersebut berperan besar sebagai bahan baku dalam berbagai jenis industri di antaranya industri energi ramah lingkungan dan baterai listrik, industri manufaktur, industri pertahanan, industri kimia, industri transportasi, maupun industri pertanian.

Kementerian ESDM Republik Indonesia pada tahun 2022 lalu merilis sebuah data yang berkaitan dengan Neraca Sumber Daya dan Cadangan Mineral, Batu bara, dan Panas Bumi Indonesia Tahun 2022, bahwa jumlah total sumber daya logam tembaga mengalami kenaikan 200 juta ton dan total cadangan logam tembaga tahun 2022 mengalami kenaikan 400 juta ton diban-

dingkan tahun 2021. Sedangkan untuk emas total sumber daya dan total cadangan relatif meningkat, untuk total cadangan logam emas mengalami kenaikan sebesar 1.337 ton dari data tahun 2021 sehingga total cadangan logam emas tahun 2022 menjadi sebesar 3.324 ton. Tidak hanya itu, sumber daya nikel tahun 2022 mengalami sedikit penurunan, sedangkan total cadangan relatif sama. Sedangkan total sumber daya dan cadangan nikel tahun 2022 mengalami penurunan sebesar 2 juta ton apabila dibandingkan dengan data tahun 2021 (Hermawan *et al*., 2022).

Bahkan, data yang dirilis oleh U.S. Geological Survey memperlihatkan bahwa cadangan nikel Indonesia menempati peringkat pertama, yakni mencapai 21 juta ton atau setara dengan 22 persen dari cadangan global. Produksi nikel Indonesia juga menempati peringkat pertama, yakni sebesar 1 juta ton, melebihi Filipina yang hanya sebesar 370 ribu ton dan Rusia sebesar 250 ribu ton. Selain nikel, Indonesia juga memiliki cadangan bauksit sebesar 1,2 miliar ton atau setara dengan 4 persen dari total cadangan dunia. Untuk timah, Indonesia memiliki cadangan sebesar 800.000 ton atau setara dengan 23 persen dari cadangan dunia. Sementara untuk tembaga, Indonesia memiliki porsi 3 persen cadangan tembaga dunia atau sebanyak 28 juta ton dari total cadangan tembaga dunia sebesar 871 juta ton dan terbesar ke-7 di dunia (U.S Geological Survey, 2023).



Grafik 1

Estimasi Produksi Nikel Dunia dan Cadangannya Tahun 2022

Selain emas, tembaga, dan nikel, salah satu kekayaan alam Indonesia adalah batu bara. Data Kementerian ESDM Republik Indonesia pada tahun 2022 mencatat bahwa sumber daya batu bara Indonesia sebesar 99.193,11 juta ton, sedangkan cadangan batu bara Indonesia sebesar 35.054,07 juta ton. Memang jika dibandingkan dengan tahun 2021, terdapat penurunan jumlah sumber daya batu bara sebesar 10.876,8 juta ton, sedangkan cadangan batu bara mengalami penurunan sebanyak 1.224,78 juta ton (Hermawan *et al*., 2022).

Data yang dirilis oleh Kementerian ESDM tersebut merupakan fakta betapa kekayaan sumber daya alam bangsa ini begitu besar. Kekayaan SDA yang begitu besar tersebut sudah seyogyanya dapat dimanfaatkan bagi pembangunan negara dan sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat sebagaimana amanat dari konstitusi kita yang termaktub secara jelas pada Pasal 33 ayat (3) UUD 1945. Apalagi sektor pertambangan dan SDA negara kita ini berkontribusi cukup signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2023 senilai Rp2.300 triliun atau 8,57% dari total PDB (Binekasri, 2023). Jika sektor tersebut dapat dimanfaatkan dan dikelola dengan baik, tentunya akan membawa kenyataan akan mimpi bangsa Indonesia untuk menjadi negara yang maju dan berdikari secara ekonomi.

Namun, sayangnya, kekayaan sumber daya alam dan mineral kita belum dapat dikelola secara optimal untuk meningkatkan penerimaan negara dan menyejahterakan rakyat Indonesia. Lalu, apa yang menjadi penyebabnya? Penyebabnya adalah sebagian besar perusahaan tambang beroperasi di hulu (*upstream*), mengekspor bijih (mineral mentah) yang bernilai tambah rendah secara ekonomis (Ika, 2017). Kondisi ini tentunya tidak dapat diteruskan dalam jangka panjang, di tengah tantangan membangun kemandirian ekonomi bangsa Indonesia sehingga peme-

rintah indonesia membuat sebuah kebijakan hilirisasi sumber daya alam dan mineral. Tujuannya jelas, yakni melalui hilirisasi sumber daya alam dan mineral akan memberikan nilai tambah suatu komoditas dengan komoditas yang diekspor tidak lagi berwujud bahan mentah, tetapi sudah menjadi barang jadi maupun barang setengah jadi (Artha *et al*., 2023).

Implementasi kebijakan hilirisasi sumber daya alam dan mineral di Indonesia ini memiliki perjalanan yang begitu panjang. Kebijakan hilirisasi sebenarnya telah direncanakan sejak lama tepatnya di era Pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tahun 2010, di mana saat itu kebijakan hilirisasi merupakan amanat dari UU Nomor 4 Tahun 2009 tentang Mineral dan Batu Bara (minerba). Lahirnya UU tersebut merupakan sebuah langkah reformasi kebijakan pengelolaan mineral, salah satunya guna mendorong terjadinya peralihan (*shifting*) pengelolaan mineral, yaitu dari hulu ke hilir.

Tulisan ini hadir untuk memberikan gambaran kepada pembaca tentang implementasi kebijakan hilirisasi sumber daya alam dan mineral di Indonesia yang menjadi salah satu inovasi dan gebrakan dari pemerintah Indonesia. Kebijakan hilirisasi ini memang membutuhkan peran kepemimpinan yang visioner didukung dengan keberanian dalam mengambil berbagai risiko dari kebijakan yang telah diambil karena kebijakan hilirisasi ini sungguh erat kaitannya dengan kepentingan ekonomi negara-negara lain yang selama ini menggantungkan komoditas pertambangannya dari Indonesia. Tulisan ini juga menyajikan perspektif yang berbeda dalam memandang kebijakan hilirisasi di Indonesia, yakni melalui perspektif kewirausahaan politik.

Kewirausahaan politik selama ini dilihat sebagai salah satu konsep yang lahir dari perpaduan dua komponen ilmu sosial, yakni ilmu ekonomi dan ilmu politik. Sebagai salah satu cabang

ilmu yang diturunkan dari ilmu ekonomi, kewirausahaan didefinisikan sebagai proses untuk menciptakan sekaligus mengejar peluang berdasarkan sumber daya yang dikuasai atau dikendalikan (Christoffel Mardy Oktarisa Mintardjo, 2020). Bertolak dari gagasan tersebut, Matthew McCaffrey dan Joseph T. Salerno (2011) kemudian memperluas makna dan praktik kewirausahaan yang mulanya hanya bergerak dalam fungsi ekonomi kepada fungsi dan praktik di dalam ranah politik. Kewirausahaan politik mengacu pada tindakan yang dijalankan oleh aktor politik melalui pemanfaatan kewenangan berupa alokasi sumber daya yang dimiliki untuk menciptakan sebesar-besarnya manfaat bagi publik (McCaffrey & Salerno, 2011).

Dinamika Hilirisasi Sumber Daya Alam di Indonesia

Kebijakan hilirisasi SDA dan mineral merupakan salah satu alat fiskal (*fiscal tool*) untuk menciptakan nilai tambah mineral, meningkatkan penerimaan negara, mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan menyejahterakan rakyat Indonesia yang adil dan merata (Ika, 2017). Meski dalam perjalanannya, kebijakan ini mengalami pasang surut dalam proses implementasinya.

Kebijakan hilirisasi sebenarnya telah diinisiasi sejak era Pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono. Kala itu, pemerintah memiliki sebuah komitmen untuk melakukan upaya reformasi kebijakan pengelolaan mineral melalui lahirnya UU Nomor 4 Tahun 2009 tentang Mineral dan Batu Bara. UU Nomor 4 Tahun 2009 tersebut salah satunya mengamanatkan agar industri minerba dalam negeri didorong untuk melakukan peralihan (*shifting*) pengelolaan mineral, yaitu dari hulu ke hilir. Namun, sela-

ma beberapa waktu diimplementasikan kebijakan tersebut, muncul banyak kendala yang membuat kebijakan hilirisasi tidak berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Implementasi kebijakan hilirisasi terkendala oleh kesulitan yang dialami perusahaan tambang untuk mengintegrasikan operasi penambangan di hulu dan operasi pengolahan mineral di hilir, baik secara teknis maupun finansial. Kendala kedua adalah resistensi dari perusahaan tambang milik asing (pemegang KK) karena mengalami kesulitan *cash flow*. Terlebih juga terdapat aturan yang melarang ekspor mineral mentah menyebabkan banyak perusahaan tambang tidak memiliki kemampuan finansial untuk membangun smelter. Banyak perusahaan yang mengalami penurunan pendapatan yang berdampak pada penyesuaian jumlah tenaga kerja (Ika, 2017). Kondisi inilah yang menunjukkan bahwa UU No. 4/2009 memiliki banyak kelemahan sehingga proses implementasi kebijakan tersebut tidak dapat berjalan dengan mulus.

Dalam perkembangannya, UU No. 4/2009 itu diperkuat dengan diterbitkannya UU No. 3/2020 tentang Perubahan atas UU No. 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batu Bara. Dalam UU 3/2020 ini diamanatkan agar tidak lagi melakukan ekspor bahan mentah. Dalam undang-undang minerba yang baru ini, sudah disyaratkan harus ada program hilirisasi. Setiap produk pertambangan minerba harus diproses lebih lanjut. Selain UU Minerba, regulasi lain yang mengamanatkan hilirisasi adalah UU 5/1984 tentang Perindustrian. Dalam UU ini disebutkan industri perlu lebih dikembangkan secara seimbang dan terpadu, salah satunya dengan mengoptimalkan seluruh sumber daya alam, manusia, dan dana yang tersedia (Purwanto, 2023).

Untuk memperkuat implementasi kebijakan hilirisasi tersebut, pemerintah juga telah mempersiapkan pemberian insentif, baik dalam bentuk fiskal berupa fasilitas bea impor, *tax holiday*,

tax allowance, maupun insentif nonfiskal yang diberikan dalam bentuk kemudahan perizinan, yang bisa diperpanjang hingga umur cadangan tambang bagi hilirisasi batu bara yang terintegrasi sebagai bagian dari kepastian investasi jangka panjang. Tidak hanya itu, OJK juga menerbitkan kebijakan di industri perbankan untuk mendukung program percepatan Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai (KBL BB) serta pengembangan industri hulunya, antara lain, relaksasi dalam penilaian kualitas kredit untuk pembelian dan produksi Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai serta penyediaan dana untuk debitur konsumsi dan produksi Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai (Purwanto, 2023).

Melalui kebijakan hilirisasi ini, pemerintah juga akan berupaya sekuat tenaga untuk dapat melakukan implementasi kebijakan tersebut secara berkelanjutan. Pada tahun 2020, pemerintah telah mengeluarkan kebijakan pelarangan ekspor bijih nikel dengan menerbitkan Peraturan Menteri ESDM Nomor 11 Tahun 2019. Kemudian, pada tahun 2023, pemerintah juga telah memberlakukan larangan ekspor bijih bauksit serta mendorong industri pengolahan dan pemurnian bauksit di dalam negeri (Ngadiman *et al*., 2024).

Dalam perjalanannya ke depan, pemerintah telah menetapkan peta jalan (*roadmap*) untuk hilirisasi sumber daya alam (SDA) yang terbagi dalam beberapa tahap. Tahap pertama dimulai pada tahun 2023 dan diproyeksikan hingga tahun 2025. Pada jangka pendek ini, pemerintah akan berfokus pada usaha untuk peningkatan nilai tambah yang meliputi peningkatan pengolahan dan pemurnian SDA di dalam negeri, pengembangan produk hilir yang bernilai tinggi, dan peningkatan daya saing produk hilir di pasar global. Selain itu, target jangka pendek yang teraktub dalam *roadmap* kebijakan hilirisasi tersebut difokuskan pada

bagaimana upaya mendorong investasi yang optimal melalui penyediaan insentif bagi investor yang berinvestasi di industri hilirisasi, mempermudah perizinan usaha di bidang hilirisasi, dan meningkatkan infrastruktur untuk mendukung industri hilirisasi, seperti pembangunan Smelter di berbagai wilayah Indonesia. Sebagaimana data dari Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) Republik Indonesia, saat ini terdapat 116 fasilitas pemurnian dan pemrosesan mineral mentah (smelter) khususnya untuk komoditas nikel di Indonesia, baik yang sudah beroperasi, dalam masa konstruksi dan yang direncanakan akan dibangun di Indonesia (Muliawati, 2023).

Setelah target jangka pendek *roadmap* kebijakan hilirisasi tercapai, pemerintah kemudian memproyeksikan tahapan selanjutnya yang direncanakan akan dimulai pada tahun 2026 hingga 2030. Pada kurun waktu tersebut, pemerintah berupaya untuk membangun industri hilirisasi yang terintegrasi melalui upaya menggabungkan industri hulu dan hilir SDA, mengembangkan klaster industri hilirisasi, serta meningkatkan efisiensi dan efektivitas industri hilirisasi. Target dan strategi pencapaian tersebut tentunya disusun secara *sustainable*; sebagai proyeksi jangka panjang akan kebijakan hilirisasi ini, pemerintah berupaya keras untuk mengembangkan teknologi dan inovasi di bidang hilirisasi, meningkatkan kualitas SDM di bidang hilirisasi, dan memperkuat kerja sama internasional di bidang hilirisasi.

Kebijakan Hilirisasi dalam Perspektif Kewirausahaan Politik

Kebijakan Hilirisasi yang diimplementasikan oleh pemerintah saat ini terbilang sebagai sebuah kebijakan yang cukup "berani". Pasalnya, dari waktu ke waktu, rezim pun telah berganti, perjalanan implementasi kebijakan hilirisasi ini tidaklah mudah.

Belum lagi terdapat banyak tantangan, baik dari internal maupun eksternal, seperti adanya resistensi di WTO. Meskipun Indonesia kalah dalam tuntutan, program hilirisasi tetap berjalan. Di sisi internal, tantangan terbesar kebijakan hilirisasi ini lebih pada keterbatasan sumber daya manusia karena berdasarkan data, setiap tahunnya dibutuhkan 16.000 tenaga kerja kompeten untuk sektor manufaktur termasuk proses hilirisasi. Hal ini memang tidak mudah, tetapi pemerintah di bawah kepemimpinan Presiden Joko Widodo tidak gentar untuk terus mendorong upaya hilirisasi SDA di Indonesia. Komitmen pemerintah dalam kebijakan hilirisasi SDA ini yang kemudian dapat dilihat sebagai sebuah upaya kewirausahaan politik karena bagaimanapun kebijakan ini merupakan inovasi dan lompatan besar yang diambil bangsa Indonesia untuk menjaga kekayaan negara ini agar dapat dimanfaatkan sebesar-besarnya bagi kesejahteraan masyarakat.

Dalam kajian ilmu politik, kewirausahaan politik dilihat sebagai salah satu kemampuan elite untuk menghadirkan inovasi politik berupa kebijakan bagi masyarakat. Kewirausahaan politik mengacu pada model pemimpin kreatif yang mempraktikkan kemampuan politiknya guna menciptakan kebijakan dan institusi birokrasi baru atau mengubah kebijakan dan lembaga yang sudah ada.

Perspektif kewirausahaan politik diperkenalkan oleh McCaff Rey dan Salerno (2011) yang menjelaskan bahwa aktor politik sebagai individu-individu yang menjalankan fungsi yang sama di bidang politik sebagaimana yang dijalankan oleh pengusaha di bidang perekonomian. Proses menciptakan inovasi, strategi politik seorang aktor politik dalam bidang politik sama halnya dengan proses produksi dalam bidang ekonomi.

Dalam pandangan McCaff Rey dan Salerno (2011), kewirausahaan politik dibagi menjadi tiga cabang utama, yaitu perta-

ma, *public choices* (pilihan publik). Pada cabang pertama, pilihan publik (*public choices*) berfokus pada aspek aktivitas politik seperti pencarian "*rent-seeking*" (perilaku pejabat publik dalam memutuskan alokasi anggaran publik atau kebijakan yang ditujukan untuk publik dengan maksud mendapatkan keuntungan pribadi dan kelompok yang berimplikasi merugikan kepentingan publik, baik dalam jangka pendek maupun panjang) dengan menghalangi persaingan menggunakan proses broker undang-undang, *lobbying*, dan koalisi. *Public choice* dapat menjadi petunjuk bagi pengambil keputusan untuk menentukan kebijakan yang paling efektif dengan tiga cara tersebut. Kemudian, seorang aktor kewirausahaan politik merupakan individu yang peka terhadap kesempatan untuk mendapatkan keuntungan lebih dari suatu sistem politik yang ada. Aktor kewirausahaan politik menggunakan kekuasaan yang dimiliki untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar sebagaimana dalam prinsip kewirausahaan dalam bidang ekonomi. Karena aktor kewirausahaan politik berhubungan dengan kekuasaan, aktor tersebut memanfaatkan sumber daya dalam pemerintahan untuk kepentingan pribadinya.

Kedua, unsur kewirausahaan yang terdiri dari *Alertness and Discovery. Entrepreneurial Element* atau unsur kewirausahaan yang bergantung pada teori kewirausahaan Israel Kirzner (1979) yang menekankan pada kewaspadaan dan penemuan sebagai elemen kunci dalam perilaku kewirausahaan (Foss & Klein, 2010). *Alertness* yang berartikan kepekaan aktor terkait permasalahan yang ada dan *Discovery* berarti penemuan atau ide yang dibuat oleh pemangku kepentingan untuk mengatasi permasalahan yang ada. Dalam perspektif kewirausahaan politik ini ditikberatkan pada upaya yang ditempuh oleh pemimpin politik dalam menemukan suatu produk kreatif (dalam bentuk kebijak-

an) yang dihasilkan seorang pemimpin politik dari pengamatan dia terkait kebutuhan yang ada (Yu, 2001).

Ketiga, *New Institutionalism*. Pada cabang ketiga ini menggabungkan antara cabang pertama dan kedua. *New Institusionalism* berfokus pada peran pemimpin politik untuk mengubah, membentuk, dan mengonsolidasikan institusi politik. Dua identifikasi untuk cabang ini adalah pada praktik kewirausahaan politik para agen perubahan kebijakan dan mengamankan kebijakan yang mereka sukai. Aktor pembuat kebijakan ini bersifat strategis dengan berusaha mengoptimalkan potensi-potensi yang ada (McCaffrey & Salerno, 2011).

Pada prinsipnya, perspektif kewirausahaan politik digunakan oleh para aktor-aktor politik untuk menjalakan dan mengelola pemerintahan sesuai dengan kebutuhan masyarakat luas. Dengan melibatkan peran partisipasi masyarakat sipil untuk memacu para aktor politik agar menciptakan kebijakan yang inovatif untuk memenuhi kebutuhan publik. Dalam teori kewirausahaan politik, aktor politik adalah individu yang memiliki kekuasaan terhadap sumber daya yang dimiliki tanpa terikat dengan atasan atau elemen lain sehingga aktor politik dapat menunjukkan cara kerja sebagai wirausahawan dalam bidang politik dan tidak terpengaruh oleh pihak lain.

Dalam konteks kebijakan hilirisasi SDA di Indonesia, implementasi kebijakan tersebut tidaklah mulus dan seterusnya berbuah manis. Kita tahu bahwa Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) pun sudah mengeluarkan keputusan bahwa Indonesia dinyatakan kalah menghadapi gugatan Uni Eropa soal larangan ekspor nikel di World Trade Organization atau WTO. Organisasi Perdagangan Dunia itu menolak pembelaan Indonesia atas pemberlakuan larangan ekspor nikel tersebut. Keputusan kalah itu sudah tertuang dalam laporan final panel WTO ter-

tanggal 17 Oktober 2022 dan didokumentasikan pada 30 November 2022 (Firman Hidranto, 2023). Panel menyimpulkan bahwa larangan ekspor bijih nikel Indonesia tidak sesuai dengan Pasal XI: 1 GATT 1994. Pasal XI: 1 GATT 1994 menyatakan bahwa setiap negara anggota WTO dilarang untuk melakukan pembatasan selain tarif, pajak dan bea lain, dan bukan pembatasan lain termasuk kuota dan perizinan impor atau penjualan dalam rangka ekspor. Nikel tidak masuk dalam pengecualian dalam penerapan Pasal XI: 1 GATT 1994, WTO memberikan sejumlah pengecualian. Namun demikian, panel WTO menolak argumen bahwa kebijakan larangan ekspor nikel RI termasuk dalam pengecualian aturan tersebut. Menurut panel WTO, pengecualian diberlakukan jika kebijakan ekspor bersifat sementara. Selain itu, syarat pengecualian berlaku jika larangan ekspor bertujuan untuk mencegah atau meringankan krisis pangan, atau produk lain yang esensial bagi Indonesia seperti dalam pengertian Pasal XI: 2 (a) GATT 1994. Panel WTO merekomendasikan agar Indonesia mengambil langkah-langkahnya sesuai dengan kewajibannya berdasarkan GATT 1994. Artinya, Indonesia diminta membatalkan larangan ekspor bijih nikel tersebut (Arif Deddy *et al*., 2023).

Merespons upaya tersebut, sikap pemerintah Indonesia tegas bahwa Indonesia siap melakukan banding terhadap keputusan yang telah dikeluarkan oleh WTO tersebut. Sikap pemerintah Indonesia tentu menunjukkan kedaulatan dan konsistensi atas keputusan yang telah diambil dalam kebijakan hilirisasi SDA. Pemerintah sungguh menyadari bahwa kebijakan hilirisasi ini akan menjadi lompatan yang cukup besar bagi pembangunan perekonomian bangsa ini ke depan. Bagaimana tidak, bahwa dari kebijakan yang telah diimplementasikan tersebut, dampak dari kebijakan terhadap kontribusi fiskal telah

tampak. Berdasarkan data dari Kementerian Investasi Republik Indonesia, kebijakan Hilirisasi telah memberikan kontribusi yang signifikan pada peningkatan nilai ekspor produk nikel dari USD 1,1 Miliar pada tahun 2014 menjadi USD 20,8 miliar pada tahun 2022 (Ibnu Khaldun, 2024). Hal serupa juga terjadi peningkatan nilai ekspor produk batu bara dari USD 15,5 miliar pada tahun 2014 menjadi USD 33,9 miliar pada tahun 2022. Sedangkan dari sisi serapan tenaga kerja, selama beberapa tahun terakhir industri hilirisasi nikel telah berhasil menciptakan sekitar 100.000 lapangan pekerjaan dan industri hilirisasi batu bara menciptakan sekitar 200.000 lapangan pekerjaan (Ibnu Khaldun, 2024).

Penutup

Kebijakan hilirisasi merupakan bentuk inovasi dan lompatan besar bagi sejarah bangsa Indonesia. Komitmen dan keberanian pemerintah dalam mengambil kebijakan hilirisasi ini didorong oleh cita-cita besar untuk melindungi kekayaan alam negeri ini yang sangat besar serta harapan untuk dapat meningkatkan nilai tambah sumber daya alam, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Perjalanan bangsa ini telah menunjukkan bahwa memang tidaklah mudah untuk mengimplementasikan kebijakan hilirisasi tersebut. Banyak tantangan yang harus dihadapi, baik dari faktor internal hingga faktor eksternal. Mulai dari keterbatasan teknologi hingga kekurangan infrastruktur yang memadai untuk mendukung industri hilir. Tidak hanya itu, keterbatasan sumber daya manusia untuk kebutuhan tenaga kerja dengan keterampilan yang memadai, peningkatan iklim investasi yang kondusif untuk menarik investor baik dalam negeri maupun luar negeri, sering terjadinya perubahan kebijakan yang dapat menimbulkan ketidakpastian bagi investor dan menghambat inves-

tasi di sektor hilirisasi, serta tantangan dari pihak eksternal yang berkaitan dengan kebijakan pengaturan ekspor maupun persaingan industri yang sangat ketat.

Namun, dengan komitmen politik serta kepemimpinan yang konsisten, didukung dengan kemampuan mengelola kekuasaan serta sumber daya politik yang baik sebagaimana ciri khas penting dari kewirausahaan politik, kebijakan hilirisasi ini dapat diterapkan dengan visi, arah, dan *roadmap* yang jelas. Data dari Kementerian Investasi/BKPM Republik Indonesia mencatat realisasi investasi pada tahun 2023 sebesar Rp1.053,1 triliun atau 75,2% dari target realisasi investasi tahun 2023, yaitu sebesar Rp1.400 triliun. Kebijakan hilirisasi yang diambil oleh pemerintah telah memberikan kontribusi positif pada capaian realisasi investasi sebesar Rp266,0 triliun, mencapai 25,3% dari total realisasi investasi periode ini.

Capaian ini tentu sangat positif bagi portofolio perekonomian Indonesia. Namun, yang menjadi tantangan ke depan adalah bagaimana kemudian upaya hilirisasi ini benar-benar memiliki dampak yang signifikan bagi kesejahteraan masyarakat. Kebijakan hilirisasi harus mampu berkontribusi secara langsung pada masyarakat, mulai dari pemanfaatan tenaga kerja yang harus dioptimalkan dari masyarakat sekitar bukan justru memanfaatkan tenaga kerja dari luar (asing). Tidak hanya itu, kebijakan hilirisasi juga harus mampu mendorong adanya transfer teknologi bagi masyarakat sekitar serta yang paling penting adalah melindungi masyarakat dari dampak lingkungan yang dihasilkan dari industri tersebut. Hal tersebut dapat diwujudkan ketika pemerintah dapat konsisten dalam menerapkan kebijakan sehingga ekosistem besarnya terbentuk dan kebijakan hilirisasi ini akan berbuah manis terutama bagi kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Daftar Pustaka

Arif Deddy, M., Adriyanto, A., Djoko Andreas, R. N., Ekonomi Pertahanan, P., & Manajemen Pertahanan, F. (2023). Strategi Hilirisasi Di Indonesia Dalam Menghadapi Kebijakan Larangan Ekspor Bijih Nikel Terhadap Tingkat Pengangguran Dan Cadangan Devisa Negara. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, *7*(3), 2026–2032. https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.5137/http

Artha, R. P., Anindita, S. F., & Iskandar, M. I. (2023). Hilirisasi Industri Indonesia Dan Dampaknya Pada Investasi. In *Danareksa Research Institute*.

Binekasri, R. (2023). *Ekonomi RI Ditopang Pertambangan, Erick Thohir Bilang Gini*. CNBC Indonesia2.https://www.cnbcindonesia.com/market/20231214122249-17-497317/ekonomi-ri-ditopang-pertambangan-erick-thohir-bilang-gini

Christoffel Mardy Oktarisa Mintardjo, G. M. V. K. O. (2020). Sejarah Teori Kewirausahaan : Dari Saudagar Sampai ke Teknoprenur Startup (The History of Entrepreneurial Theory : From Merchants to Startup Technopreneur). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, *7*(May), 187–196. https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i2.30256

Firman Hidranto. (2023). *Indonesia Tegas Soal Hilirisasi*. INDONESIA: Portal Informasi. https://www.indonesia.go.id/kategori/editorial/6826/indonesia-tegas-soal-hilirisasi

Foss, N. J., & Klein, P. G. (2010). Alertness, action, and the antecedents of entrepreneurship. *Journal of Private Enterprise*, *25*(2), 145–164.

Hermawan, D., Mustofa, S. A., Permana, L. A., Nirmala, W., & Rustina, T. S. (2022). *Neraca Sumber Daya Mineral, Batu bara, dan Panas Bumi Indonesia Tahun 2022* (Vol. 1).

Ibnu Khaldun, R. (2024). Dampak Kebijakan Hilirisasi Nikel terhadap Peningkatan Ekspor Komoditas Besi dan Baja Indonesia. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, *20*(1), 153–165. https://doi.org/10.31967/relasi.v20i1.973

Ika, S. (2017). Kebijakan Hilirisasi Mineral : Policy Reform untuk Meningkatkan Penerimaan Negara. *Kajian Ekonomi Dan Keuangan*, *1*(1), 42–67. https://doi.org/10.31685/kek.v1i1.259

McCaffrey, M., & Salerno, J. T. (2011). A Theory of Political Entrepreneurship. *Modern Economy*, *02*(04), 552–560. https://doi.org/10.4236/me.2011.24061

Muliawati, F. D. (2023). *Sudah Kebanyakan! Jumlah Smelter Nikel di RI Tembus 116 Unit*. CNBC Indonesia. https://www.cnbcindonesia.com/news/20231019133409-4-481968/sudah-kebanyakan-jumlah-smelter-nikel-di-ri-tembus-116-unit

Ngadiman, J. S., Daulay, N., & Friawan, D. (2024). *Kebijakan Hilirisasi Sumber Daya Alam : Lanjut atau Berubah?*

Purwanto, A. (2023). *Potret, Kebijakan, dan Tantangan Hilirisasi Tambang di Indonesia*. Kompas. https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/potret-kebijakan-dan-tantangan-hilirisasi-tambang-di-indonesia

Survey, U. S. G. (2023). *Nickel Statistics and Information*. United States Geological Survey. https://www.usgs.gov/centers/national-minerals-information-center/nickel-statistics-and-information

Yu, T. F. U. L. (2001). Entrepreneurial alertness and discovery. *Review of Austrian Economics*, *14*(1), 47–63. https://doi.org/10.1023/A:1007855505727

Zed, M. (2004). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.

PROSPEK DAN TANTANGAN *CIVIL SOCIETY* DAN ADVOKASI KEBIJAKAN DI INDONESIA

Di tengah dinamika sosial, politik, dan ekonomi yang terus berkembang di Indonesia, peran *civil society* dan advokasi kebijakan menjadi semakin penting dalam mewujudkan masyarakat yang adil, demokratis, dan berkelanjutan. *Civil society*, yang terdiri dari berbagai organisasi nonpemerintah, LSM, kelompok advokasi, dan individu yang peduli memainkan peran kunci dalam mengawasi pemerintah, memperjuangkan hak-hak warga, dan mempromosikan perubahan positif dalam kebijakan publik. Indonesia dengan keragaman budaya, sosial, dan politiknya menawarkan prospek yang luas bagi kemajuan *civil society* dan advokasi kebijakan. Namun, di sisi lain, tantangan-tantangan yang kompleks juga menghadang potensi penuh *civil society* untuk diwujudkan. Permasalahan seperti keterbatasan sumber daya, tekanan politik, dan hambatan hukum sering kali menjadi penghalang bagi upaya-upaya *civil society* dalam memengaruhi kebijakan dan menciptakan perubahan positif.

Masyarakat sipil (*civil society*) adalah sebuah konsep yang telah lama berkembang dan hingga kini menjadi bahan diskusi dan perdebatan hangat secara terus menerus. Selama masa perkembangannya, bermunculan beragam pandangan yang ber-

upaya memberikan batasan pengertian "apa itu masyarakat sipil". Berbagai teori dikemukakan oleh banyak pihak, beberapa di antaranya memiliki pandangan yang sama dan saling mendukung, ada pula yang memberikan kritik terhadap pandangan-pandangan tersebut. Namun demikian, semua pandangan dan argumentasi yang berkembang itu berupaya untuk menjelaskan "apa itu masyarakat sipil". Konsep *civil society* telah mendapatkan popularitas global sejak ditemukan kembali oleh para cendekiawan-aktivis di Eropa Timur dan Amerika Latin pada tahun 1970-an, yang mendahului berbagai bentuk demokratisasi pada tahun 1980-an. Banyak sekali yang menjadi pendukung antusias masyarakat sipil karena dianggap penting untuk meningkatkan kualitas pemerintahan, memperkuat kekuatan rakyat. Hal ini memungkinkan pembangunan dan mempromosikan demokratisasi serta memperkuat demokrasi. Memang, gagasan bahwa masyarakat sipil adalah kunci untuk menciptakan dan mempertahankan pemerintahan demokratis yang sehat kemudian mendominasi wacana politik dan pembangunan (Guan, 2004).

Ketika konsep ini mendapat sambutan luas, hal ini berakibat pada munculnya beragam makna masyarakat sipil yang menimbulkan kekhawatiran bahwa konsep ini telah melebar sedemikian rupa sehingga kehilangan kredibilitasnya (Chandhoke 2001). Fakta bahwa konsep ini mencakup begitu banyak makna yang berbeda sehingga kontradiktif dan membingungkan membuat beberapa orang mempertanyakan kegunaan konsep tersebut (Kumar 1993). Penyesalan atas hilangnya kejelasan konseptual seharusnya tidak membuat orang berpikir bahwa konsep tersebut pernah memiliki, atau dapat memiliki, makna definitif yang jelas. Hal ini karena makna *civil society* selalu tidak jelas dan berbagai upaya di masa lalu untuk mendefinisikannya hanya menghasilkan lebih banyak kontroversi. Alasan mengapa *civil society*

tidak memiliki arti definitif yang jelas adalah karena *civil society* memiliki semua ciri khas "konsep yang pada dasarnya diperdebatkan": konsep ini memiliki dimensi deskriptif dan juga normatif, dan dengan demikian penggunaannya menjadi sasaran perdebatan yang sengit dan tak berkesudahan (Guan, 2004).

Dua ciri menarik dari konsep *civil society* yang membuatnya populer juga turut membuat penggunaannya semakin diperdebatkan. *Pertama,* konsep *civil society* bersifat kompleks dan terbuka sehingga dapat dengan mudah dimodifikasi agar dapat diterapkan pada berbagai macam tujuan dan situasi. *Kedua,* konsep ini memiliki daya tarik yang cukup besar karena "mewujudkan bagi banyak orang suatu tatanan sosial yang ideal secara etis, yang, jika tidak dapat diatasi, paling tidak dapat menyelaraskan tuntutan-tuntutan yang saling bertentangan antara kepentingan individu dan kepentingan sosial" (Seligman 1992). Dengan demikian, meskipun ada banyak diskusi dan publikasi tentang konsep ini, tidak ada definisi *civil society* yang disepakati secara universal. Namun demikian, "ketidakjelasan" konsep ini tidak akan membuatnya kurang menarik bagi banyak cendekiawan, aktivis, dan pembuat kebijakan (Sholikin *et al*., 2022).

Di negara-negara non-Barat, penggunaan konsep ini selalu menimbulkan kesulitan teoretis tambahan yang bersumber dari dua sumber (Khilnani 2001). Beraneka ragamnya arti konsep tersebut dalam tradisi Barat itu sendiri turut menyumbang pada ambiguitas baik dalam teori maupun praktik *civil society* di negara-negara non-Barat. Sumber lain berasal dari kenyataan bahwa "konteks di mana masyarakat sipil digunakan sangat bervariasi (dari masyarakat Barat dan juga) di antara berbagai masyarakat non-Barat" (Khilnani 2001). Negara-negara Asia Tenggara memberikan contoh yang sangat baik di mana sejarah kolonial yang beragam, percampuran etnis, agama, dan budaya, pemba-

ngunan ekonomi, dan rezim negara dapat menjadi wadah untuk menunjukkan bagaimana faktor-faktor tersebut berinteraksi untuk membentuk bentuk dan komposisi masyarakat sipil.

Organisasi masyarakat sipil di Indonesia memiliki peran penting dalam mendorong arah demokratisasi. Berbagai organisasi masyarakat sipil, seperti lembaga swadaya masyarakat (LSM), kelompok mahasiswa, dan serikat pekerja, melakukan protes terhadap rezim Soeharto pada saat berkuasa. Sejak reformasi, beberapa organisasi masyarakat sipil ini telah mendukung setiap agenda perubahan kebijakan seperti membuat rancangan undang-undang yang baru dan progresif dari luar negara dan terlibat dalam tim asistensi untuk melaksanakan program-program pembangunan di berbagai kementerian. Perubahan politik yang didorong oleh organisasi masyarakat sipil dan keterlibatan mereka dengan negara ini disebabkan banyaknya peluang politik yang terbuka dan akomodatif dari rezim politik baru pascareformasi. Sayangnya, mereka mendapat tantangan serius di bidang politik seperti fragmentasi organisasi masyarakat sipil untuk mendorong dan mereformasi kebijakan meskipun organisasi masyarakat sipil telah berhasil menggunakan kesempatan ini. Sementara itu, hubungan antara organisasi masyarakat sipil dan partai politik di parlemen atau bahkan di lembaga eksekutif lebih banyak dibangun dalam bentuk hubungan nonformal dan berbasis personal di antara para aktor di masing-masing organisasi (Perdana, 2015).

Argumen utama dalam tulisan ini adalah berbagai aktivitas politik organisasi masyarakat sipil di Indonesia disebabkan oleh terbukanya peluang politik. Meskipun peluang politik ini telah diadopsi secara praktis dan luas oleh organisasi masyarakat sipil, perubahan struktur kelembagaan politik dan dominannya warisan relasi patrimonial menyebabkan sejumlah tantangan ba-

gi organisasi masyarakat sipil untuk mengembangkan soliditas organisasi dalam merespons perubahan politik. Oleh karena itu, pembahasan ini berkontribusi dalam menjelaskan aktivitas politik organisasi masyarakat sipil di negara demokrasi baru seperti Indonesia. Beberapa studi penilaian demokratisasi di Indonesia menyatakan bahwa tradisi politik patrimonial (Aspinall, 2010), keterputusan hubungan antara wakil rakyat dengan konstituennya di DPR (Hamid, 2012), dan ketidakmampuan negara dalam menjamin supremasi hukum (Bünte dan Ufen, 2009) merupakan masalah utama dalam konsolidasi demokrasi.

Tulisan ini menggambarkan kerja sejumlah organisasi masyarakat sipil di Indonesia saat ini, setelah Suharto, jika tidak harus dikatakan setelah Suhartoisme. Tulisan ini mencoba untuk memberikan gambaran kekayaan aktivisme baru ini, keragamannya, dan tantangan-tantangan yang dihadapi pada masa sekarang ini. Banyak kepercayaan yang diberikan pada gagasan masyarakat sipil ini. Tulisan ini mengeksplorasi prospek dan tantangan yang dihadapi *civil society* dan advokasi kebijakan di Indonesia. Kami akan melihat potensi-potensi yang ada, serta upaya-upaya yang sedang dilakukan untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut. Dengan memahami kondisi serta dinamika yang ada, kita dapat merumuskan langkah-langkah strategis untuk memperkuat peran *civil society* dalam proses pembangunan dan demokratisasi di Indonesia (Ibrahim, 2007). Dengan demikian, tulisan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kondisi *civil society* dan advokasi kebijakan di Indonesia, serta menawarkan pandangan-pandangan yang konstruktif dalam memandang masa depannya.

Dinamika *Civil Society* dan Advokasi Kebijakan di Indonesia

Tidak mungkin membicarakan politik aktivisme di Indonesia saat ini tanpa merujuk pada keberadaan masyarakat sipil. Keberadaannya yang sangat luas dalam wacana politik menyulitkan upaya untuk memetakannya secara rapi. Sebagai contoh, masyarakat sipil tampaknya menyediakan konteks untuk memikirkan aktivisme di Indonesia saat ini, bahkan melingkupinya. Untuk sementara, mari kita definisikan aktivisme sebagaimana yang didefinisikan oleh Organisasi Masyarakat Sipil Indonesia, yaitu sebagai upaya untuk melakukan perubahan demi keadilan sosial yang lebih baik. Masyarakat sipil dipahami lebih luas dari bidang aktivisme ini, termasuk di dalamnya banyak kegiatan yang tidak mengadvokasi perubahan seperti yang dilakukan oleh aktivisme pada umumnya (Pickering & McMahon, 2024).

Civil society mencakup aktivisme ini, tetapi juga mencakup jenis-jenis kegiatan sosial dan budaya yang dapat dikatakan lebih memperkaya masyarakat daripada mengubahnya (meskipun dalam jangka panjang perbedaan ini mungkin akan memudar maknanya). Sebagai contoh kegiatan sosial dan budaya, seperti contoh terkenal dari klub boccie dan bowling yang digunakan oleh Robert Putnam dan para penelitinya, yang jelas-jelas bertujuan untuk menjadi apolitis, atau dalam bahasa komunitarian (mereka yang mendukung komunitas sebagai hal yang sangat penting untuk semua kegiatan), untuk membawa nilai-nilai kewarganegaraan dan "sumber daya manusia" tanpa menjadi politis. Oleh karena itu, istilah *civil society* tampaknya mencakup aktivisme, menjadi lebih luas dari yang sebenarnya. Namun, lebih dari sekadar menyediakan konteks untuk aktivisme, masyarakat sipil juga muncul sebagai tempat di mana nilai-nilai aktivisme dapat ditemukan (Pickering & McMahon, 2024).

Bagi kaum komunitarian, dan mungkin juga bagi para ahli teori gerakan sosial, semua nilai yang berharga dan tumbuh dalam masyarakat sipil dan aktivisme muncul dari politisasi nilai-nilai tersebut. Masyarakat sipil dipahami sebagai rumah bagi nilai-nilai pencerahan seperti individualisme, kebebasan pribadi (dan properti), dan rasionalisme (jika bukan sekularisme), dan lebih politis lagi, hak-hak asasi manusia (Smith & Hamel, 2023). Organisasi-organisasi masyarakat sipil kemudian dan mengadvokasi nilai-nilai ini di dalam negara dan ekonomi. Pernyataan International NGO Forum on Indonesian Development (INFID), pada Konferensi ke-12 pada tahun 1999, mewujudkan gagasan ini: "Pertama, kelompok-kelompok masyarakat sipil memainkan peran penting dalam mereformasi negara dan kapital; masyarakat sipil membutuhkan ruang politik untuk memainkan peran ini dengan cara yang tepat" (INFID, 1999).

Ada dua perspektif masyarakat sipil Indonesia yang kedua pandangan tersebut telah berkembang pada awal tahun 1990-an (Ibrahim, 2007). Perspektif vertikal pertama menekankan pada bagaimana kelompok masyarakat sipil memiliki posisi otonom terhadap negara. Beberapa LSM, sebagai bagian dari organisasi masyarakat sipil dan berseberangan dengan negara, mendukung pandangan ini karena memang diperlukan adanya posisi otonom dalam rezim demokrasi saat itu. Sementara itu, perspektif kedua, horizontal, berfokus pada aspek relasional antara individu dan kelompok dalam masyarakat beradab (Perdana, 2015). Pendekatan ini juga dikenal dengan istilah "masyarakat madani" yang diperkenalkan oleh Nurcholis Madjid (cendekiawan Indonesia) dengan referensi masyarakat Islam pada era Nabi Muhammad. Pendekatan ini melihat pentingnya pluralisme dan prinsip-prinsip toleransi dalam masyarakat. Namun, konsep ini dianggap sebagai pendekatan lunak, sementara peran negara

dalam rezim demokrasi adalah untuk memfasilitasi fungsi demokrasi. Oleh karena itu, pendekatan horizontal ini menekankan pada kerangka kerja sama antara negara dan masyarakat sipil (Smith & Hamel, 2023).

Dalam konteks ini, kedua perspektif tersebut perlu dipertimbangkan untuk mendefinisikan masyarakat sipil pasca era Soeharto: "Masyarakat tidak hanya dianggap sebagai tempat atau ruang yang diisi oleh kelompok-kelompok masyarakat yang bersifat sukarela, terorganisir, dan tidak tergantung pada pemerintah, tetapi juga ditandai oleh toleransi, rasa saling menghargai, dan kemajemukan yang ada di dalamnya" (Ibrahim, 2007). Oleh karena itu, masyarakat sipil di Indonesia menggabungkan dua pendekatan yang berfokus pada aspek kesukarelaan dan kemandirian terhadap negara, serta mempertimbangkan aspek pluralisme dan toleransi dalam masyarakat. Beberapa penelitian telah mengidentifikasi kategorisasi masyarakat sipil Indonesia (Ibrahim 2007). Suharko (2011) mengklasifikasikan masyarakat sipil Indonesia berdasarkan keanggotaan dan nonkeanggotaan. Organisasi masyarakat sipil keanggotaan adalah organisasi massa yang berbasis agama, bisnis, pemuda dan mahasiswa, dan/atau kelompok fungsional seperti serikat buruh dan asosiasi petani. Sementara itu, organisasi masyarakat sipil nonkeanggotaan tidak memiliki keanggotaan yang meliputi LSM, organisasi sukarela, organisasi setengah terstruktur dari organisasi negara yang menyediakan program-program pembangunan. Di sisi lain, organisasi semibisnis menyediakan layanan masyarakat (Gerő *et al*., 2023).

Pada awal reformasi, sebagian besar organisasi masyarakat sipil tidak mengembangkan *grand design* untuk tujuan perubahan sosial dan politik (Aspinall, 2004). Ormas-ormas ini lebih memilih untuk mengubah beberapa kebijakan yang tidak demokra-

tis. Beberapa ormas yang memiliki keterikatan kuat dengan masyarakat, seperti Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah, mendukung pembentukan partai politik (Sholikin, 2020). Meskipun pemerintahan Soeharto berhasil mendominasi kelompok-kelompok organisasi masyarakat sipil, menurut Aspinall, pada awal reformasi, kelompok-kelompok ini semakin menunjukkan kemandiriannya terhadap negara ketika mereka memanfaatkan peluang politik yang ada di rezim baru. Organisasi masyarakat sipil mengeksplorasi peluang tersebut karena kesempatan politik lebih terbuka lebar untuk memobilisasi perubahan politik. Struktur peluang politik merupakan konfigurasi dari berbagai aspek seperti sumber daya, pengaturan kelembagaan, warisan sejarah untuk memobilisasi sosial yang mana semua aspek tersebut memfasilitasi perkembangan protes sosial (Kitschelt, 1986).

Dalam pembahasan peluang politik ini, isu utama yang diangkat adalah bagaimana organisasi gerakan sosial dapat memobilisasi sebuah perubahan sosial atau bahkan hanya sekadar mendukung kandidat tertentu dalam pemilihan umum (Meyer, 2004). Dough Mc Adam (1996) menyebutkan empat dimensi dalam kesempatan politik. Dimensi *pertama* adalah keterbukaan atau kedekatan relatif dari sistem politik institusional. Dimensi ini menjelaskan bagaimana struktur politik formal dapat dengan mudah mengakses kelompok mana pun dalam masyarakat. Dimensi *kedua* berhubungan dengan stabilitas elite politik. Dimensi ini berfokus pada bagaimana para elite politik, terutama dari partai politik, menerima dukungan politik dan organisasi serta dukungan suara pemilu. Dimensi lain mencari ketersediaan keterlibatan elite politik. Dimensi ini ingin melihat adanya aliansi atau koalisi di antara para elite politik dalam pengambilan kebijakan. Dimensi *terakhir* membahas bagaimana kapasitas negara dalam merespons setiap peluang yang ada di antara elite politik.

Dimensi ini juga menekankan pada seberapa kuat kekuatan negara (tindakan represif) dalam merespons setiap perubahan sosial yang dituntut oleh gerakan sosial. Keempat dimensi ini akan menjelaskan bagaimana organisasi masyarakat sipil Indonesia mengambil tindakan politik untuk memobilisasi dukungan bagi perubahan sosial dan politik (Davis & Zhang, 2024).

Sementara itu, Aspinall (2013) mengidentifikasi bahwa negara demokrasi baru seperti Indonesia memiliki masalah warisan yang masih terus berlanjut di era pasca-Reformasi. Poin utamanya adalah masih kuatnya patronase dan klientalisme dalam masyarakat Indonesia. Inti dari patronase dan klientalisme adalah distribusi sumber daya material dari individu atau kelompok yang kaya kepada individu atau kelompok yang miskin dan tidak memiliki kapabilitas untuk mendapatkan tujuan politik dan keuntungan politik tertentu. Selain patronase, fragmentasi kelompok masyarakat sipil dan partai politik yang terdistribusi dalam jaringan patron-klien di daerah-daerah tertentu juga menjadi isu yang tidak kalah penting. Berdasarkan luasnya wilayah kerja dan beragamnya pemberdayaan serta hubungan personal yang erat antarorganisasi, organisasi masyarakat sipil di Indonesia hidup dalam kompleksitas struktur politik (Korneev, 2024).

Di satu sisi, organisasi masyarakat sipil memiliki peran dan tanggung jawab untuk melakukan perubahan. Namun, di sisi lain, OMS terjebak ke dalam sistem dan struktur politik yang meneruskan warisan-warisan sebelumnya. Untuk melihat interaksi organisasi masyarakat sipil dengan aktor-aktor politik lain dalam struktur politik, pembahasan ini menelusuri aktivitas politik organisasi masyarakat sipil pasca-Reformasi 1998 di dua arena: *pertama*, aktivitas organisasi masyarakat sipil di parlemen tempat para aktor organisasi masyarakat sipil ini memengaruhi proses pembuatan undang-undang, melakukan pengawasan, dan

juga memberikan pendampingan kepada para anggota DPR; *kedua*, aktivitas organisasi masyarakat sipil yang ikut serta dalam pemilihan umum dengan menjadi kandidat atau bahkan hanya menjadi tim sukses dari salah satu kandidat. Oleh karena itu, penelitian ini memperkuat argumen Aspinall (2013) dan Mietzner (2013) untuk mengaplikasikan peluang politik pasca-Reformasi dan tantangan serta respons mereka terhadap struktur warisan politik dari rezim Soeharto di dua bidang politik: pengambilan keputusan dan politik elektoral.

Varian Organisasi *Civil Society* dalam Advokasi Kebijakan di Indonesia

Masyarakat sipil Indonesia dapat dikategorikan dengan varian keanggotaan dan nonkeanggotaan serta organisasi masyarakat sipil yang berpengaruh di bidang politik. Dalam konteks perbandingan di beberapa negara demokrasi baru, para ilmuwan politik menekankan bagaimana peran organisasi masyarakat sipil dalam demokrasi (Fioramonti dan Fiori 2010). *Pertama*, organisasi masyarakat sipil menciptakan hubungan formal untuk menghubungkan berbagai kepentingan dalam masyarakat dan juga untuk memfasilitasi komunikasi politik antara warga negara dan negara; *Kedua*, organisasi masyarakat sipil dapat menantang dan menyeimbangkan kekuatan negara dengan meningkatkan upaya negara untuk meningkatkan akuntabilitasnya kepada publik; *Ketiga*, sebagai bagian dari indikasi penting dalam penilaian demokrasi, anggota-anggota organisasi masyarakat sipil harus mendukung partisipasi politik; *Keempat*, kekuatan masyarakat sipil harus berperan sebagai pembela kepentingan publik jika ada kaitannya dengan negara, yang diindikasikan dari penegakan moralitas publik dan kritik terhadap politisi dan pejabat publik; dan *yang terakhir* adalah masyarakat sipil harus

berperan sebagai faktor eksternal dalam memperdalam demokrasi (Merkel, 2004), yaitu melindungi demokrasi dari gangguan eksternal dan internal serta politik yang tidak stabil.

Oleh sebab itu, jika organisasi masyarakat sipil memperkuat peran-peran ini, mereka akan memastikan adanya perubahan politik yang signifikan di setiap negara. Bagaimana organisasi masyarakat sipil dibentuk dan peran apa saja yang telah dilakukan? Pada rezim Soeharto, Aspinall (2004) menjelaskan tiga bentuk organisasi masyarakat sipil. *Pertama*, organisasi korporatis yang berkembang di awal era Soeharto (1970-an) dan terkait dengan partai yang berkuasa (Golkar). Sebagai contoh, beberapa serikat buruh sulit dipisahkan dengan Golkar pada saat itu. Namun, pada tahun 1991, beberapa LSM advokasi dalam masalah perburuhan menunjukkan adanya serikat buruh yang independen dari negara (Ford, 2003). *Kedua*, organisasi semikorporatis yang memiliki suara independen, tetapi dapat berkompromi dengan negara untuk bertahan hidup. Di antara kelompok-kelompok semikorporatis ini, ada dua organisasi Islam besar: Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah. *Ketiga*, organisasi masyarakat sipil "proto-oposisional" yang mempertahankan independensi mereka dari intervensi negara dan memiliki posisi kritis terhadap kebijakan pemerintah (Sholikin, 2020b).

Ibrahim (2007) mengidentifikasi lima kelompok organisasi masyarakat sipil yang berpengaruh di bidang politik setelah era pasca-Soeharto di antaranya sebagai berikut.

Organisasi Sosial Keagamaan

Organisasi sosial keagamaan dan advokasi publik adalah dua konsep yang terkait dengan kegiatan dan peran organisasi keagamaan dalam masyarakat. Berikut adalah beberapa contoh organisasi sosial keagamaan dan advokasi publik di Indonesia:

Nahdlatul Ulama (NU)—organisasi keagamaan terbesar di Indonesia yang memiliki peran penting dalam berbagai kegiatan sosial dan keagamaan. NU memiliki kanal YouTube, NU Channel, yang digunakan untuk berbagi informasi dan pendidikan agama. Nahdlatul Ulama (NU) telah melakukan berbagai kegiatan advokasi publik yang terkait dengan berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk Advokasi Hak Umat; NU telah melakukan advokasi hak umat, terutama dalam mengembalikan hak-hak umat yang telah hilang. NU berfokus pada advokasi hak-hak umat dalam berbagai bidang, seperti hak-hak ekonomi, hak-hak pendidikan, dan hak-hak kesehatan. Advokasi Gender; NU juga telah melakukan advokasi gender, terutama dalam meningkatkan status perempuan di masyarakat. NU berfokus pada advokasi gender dengan cara membantu perempuan dalam meningkatkan statusnya di masyarakat dan memperjuangkan hak-hak perempuan (Fatmawati *et al*., 2020).

Advokasi Pendidikan; NU telah melakukan advokasi pendidikan, terutama dalam meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia. NU berfokus pada advokasi pendidikan dengan cara membantu meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia dan memperjuangkan hak-hak siswa. Advokasi Kesehatan; NU telah melakukan advokasi kesehatan, terutama dalam meningkatkan kualitas kesehatan di Indonesia. NU berfokus pada advokasi kesehatan dengan cara membantu meningkatkan kualitas kesehatan di Indonesia dan memperjuangkan hak-hak pasien. Advokasi Ekonomi; NU telah melakukan advokasi ekonomi, terutama dalam meningkatkan kualitas ekonomi di Indonesia. NU berfokus pada advokasi ekonomi dengan cara membantu meningkatkan kualitas ekonomi di Indonesia dan memperjuangkan hak-hak pekerja.

Advokasi Politik; NU telah melakukan advokasi politik, terutama dalam meningkatkan keterwakilan politik perempuan di Indonesia. Fatayat NU, sebagai salah satu organisasi perempuan dan bagian dari "*civil society*", telah berperan dalam memengaruhi pembuatan kebijakan publik dan meningkatkan partisipasi perempuan di dalam politik. Advokasi Komunitas; NU telah melakukan advokasi komunitas, terutama dalam membantu umat mengakses layanan publik dan memberi kontrol kepada umara (pemerintah) yang ada. Nahdliyyin Center Kota Pekalongan, sebagai salah satu inovasi untuk mengembalikan NU menjadi "pejuang rakyat" yang sesungguhnya, telah berperan dalam membantu umat kaum *mustadl'afin* dan membangun komunitas. Advokasi Media; NU telah melakukan advokasi media, terutama dalam menggunakan media sosial untuk pengurus dan anggota PCINU Jepang. Pelatihan video *editing* dan pembuatan konten digital telah diadakan untuk mengoptimalkan program kerja PCINU Jepang. Dalam keseluruhan, NU telah melakukan berbagai kegiatan advokasi publik yang terkait dengan berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk advokasi hak umat, gender, pendidikan, kesehatan, ekonomi, politik, komunitas, dan media.

Muhammadiyah—organisasi keagamaan lain yang memiliki peran penting dalam masyarakat Indonesia. Muhammadiyah memiliki kultur keagamaan yang berbeda dengan NU dan memiliki peran dalam berbagai kegiatan sosial dan keagamaan. Muhammadiyah, sebagai organisasi Islam terkemuka di Indonesia, telah secara aktif terlibat dalam berbagai aspek advokasi publik, termasuk advokasi hukum, aktivisme lingkungan, pemberdayaan masyarakat, dan pengembangan ekonomi. Melalui program-program pengabdian masyarakatnya, Muhammadiyah telah bekerja untuk mengatasi berbagai masalah sosial, ekonomi,

dan lingkungan yang memengaruhi masyarakat Indonesia (Sholikin, 2019).

Salah satu bidang utama yang menjadi fokus utama dalam upaya advokasi publik Muhammadiyah adalah advokasi hukum. Organisasi ini telah menyelenggarakan lokakarya dan program pelatihan untuk memberdayakan kader-kadernya dengan pengetahuan dan keterampilan hukum yang memungkinkan mereka untuk secara efektif mengadvokasi perubahan hukum dan kebijakan yang bermanfaat bagi masyarakat. Hal ini termasuk mengadvokasi hak-hak konstitusional, mengatasi kelemahan dalam sistem hukum, dan mendorong transparansi dalam kebijakan pemerintah dan penggunaan anggaran. Muhammadiyah juga telah berada di garis depan aktivisme lingkungan, terutama dalam konteks gerakan ekologi dan perubahan iklim. Meskipun organisasi ini belum mengadopsi paradigma ekologi yang digunakan oleh para kelompok lingkungan hidup Islam, para anggotanya telah mulai memasukkan keprihatinan ekologi ke dalam orientasi program organisasi, menunjukkan komitmen terhadap kelestarian lingkungan hidup (Sholikin, 2023).

Selain advokasi hukum dan lingkungan, Muhammadiyah telah terlibat dalam inisiatif pemberdayaan masyarakat, dengan fokus pada keterampilan literasi keuangan untuk pekerja migran Indonesia di Taiwan dan pemberdayaan masyarakat terhadap penularan Covid-19 melalui sosialisasi gerakan 3M. Organisasi ini juga telah diakui atas perannya dalam mencegah kasus *stunting* di Indonesia melalui program Rumah Gizi dan program Bangga Kencana. Keterlibatan Muhammadiyah dalam pembangunan berkelanjutan adalah bidang advokasi publik lainnya, dengan organisasi memainkan peran penting dalam program pemberdayaan masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, sikap, dan keterampilan masyarakat yang difasili-

tasi. Pendekatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh Muhammadiyah telah berhasil mendorong partisipasi masyarakat dalam pembangunan berkelanjutan, termasuk program restorasi ekosistem hutan tropis di Provinsi Kalimantan Timur dan pemberdayaan sosial-ekonomi pada kelompok rentan di Provinsi Yogyakarta (SHOLIKIN & Abdul Gaffar Karim, 2015).

Selain itu, Muhammadiyah juga aktif di ranah digital, menggunakan media sosial untuk mempromosikan agendanya dalam menegakkan integritas publik dan terlibat dalam aktivisme siber untuk mendorong kesadaran politik kelas menengah. Organisasi ini juga telah dikenal karena perannya dalam pengembangan wakaf produktif yang telah berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pengelolaan badan usaha dan model kerja sama bisnis. Secara ringkas, upaya advokasi publik Muhammadiyah sangat beragam dan beraneka ragam yang mencerminkan komitmen organisasi untuk mengatasi berbagai masalah sosial, ekonomi, dan lingkungan yang memengaruhi masyarakat Indonesia. Melalui program-program pelayanan masyarakat, advokasi hukum, aktivisme lingkungan, inisiatif pemberdayaan masyarakat, dan keterlibatan dalam pembangunan berkelanjutan, Muhammadiyah telah menjadi pemain penting dalam mempromosikan kepentingan publik dan mengadvokasi perubahan positif di Indonesia (Solikhin, 2016).

Dalam konteks organisasi sosial keagamaan dan advokasi publik, beberapa tema yang terkait adalah: pemahaman agama dan budaya lokal—organisasi keagamaan memiliki peran penting dalam memahami dan mengembangkan budaya lokal, seperti di Desa Sungai Duren yang masih menjalankan tradisi adat dan budaya lokal. Peran organisasi keagamaan dalam masyarakat—organisasi keagamaan memiliki peran penting dalam masyarakat, seperti memakmurkan masjid dan menyebarkan syiar

Islam. Pengembangan sistem informasi—organisasi keagamaan seperti NU memiliki aplikasi Sistem Informasi Geografis Pencarian Lokasi Rumah Ulama NU di Kabupaten Kudus Berbasis Android untuk memudahkan dalam mencari informasi mengenai keberadaan lokasi Ulama. Dalam keseluruhan, organisasi sosial keagamaan dan advokasi publik memiliki peran penting dalam masyarakat Indonesia, terutama dalam memahami dan mengembangkan budaya lokal, menggunakan teknologi, advokasi hak-hak masyarakat, peran organisasi keagamaan dalam masyarakat, dan pengembangan sistem informasi (Sholikin, 2018).

Serikat Buruh

Serikat buruh dan advokasi publik memiliki hubungan yang sangat erat dalam upaya memperjuangkan hak-hak pekerja dan meningkatkan kualitas hidup mereka. Advokasi publik dilakukan oleh serikat buruh sebagai bagian dari strategi mereka untuk memengaruhi kebijakan dan mewujudkan perubahan yang lebih baik bagi pekerja. Dalam beberapa penelitian, serikat buruh seperti Federasi Serikat Buruh Kerakyatan Indonesia (SERBUK) dan Serikat Petani Indonesia (SPI) telah melakukan advokasi publik untuk memperjuangkan hak-hak pekerja dan petani. Mereka menggunakan berbagai strategi, seperti pendidikan, seminar, dan perlindungan hak-hak pekerja, serta melakukan advokasi kelas dan kasus untuk menyelesaikan permasalahan individu yang dihadapi pekerja. Serikat buruh juga berperan dalam advokasi kebijakan pengupahan dan komunikasi konsep kedaulatan pangan untuk meningkatkan kualitas hidup pekerja dan petani.

Dalam melakukan advokasi publik, serikat buruh menghadapi beberapa hambatan dan tantangan, seperti anggota yang kurang kompeten, tindak intimidasi dari perusahaan, dan stigma dari kawan buruh lain yang memandang sebelah mata kepa-

da serikat yang dekat dengan partai. Namun, serikat buruh terus berjuang dan melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi pekerja dalam advokasi publik. Dalam beberapa penelitian, serikat buruh juga berperan dalam advokasi kebijakan pengupahan dan komunikasi konsep kedaulatan pangan untuk meningkatkan kualitas hidup pekerja dan petani. Mereka menggunakan berbagai strategi, seperti membentuk lingkaran inti, memilih isu strategis, merancang sasaran dan strategi, mengolah data dan mengolah informasi, menggalang sekutu pendukung, mengajukan rancang tanding, memengaruhi pembuat dan pelaksana kebijakan, membentuk pendapat umum, membangun basis gerakan, memantau dan menilai program. Dalam kesimpulan, serikat buruh dan advokasi publik memiliki hubungan yang sangat erat dalam upaya memperjuangkan hak-hak pekerja dan meningkatkan kualitas hidup mereka. Serikat buruh menggunakan berbagai strategi untuk melakukan advokasi publik dan menghadapi beberapa hambatan dan tantangan dalam proses tersebut.

Serikat buruh melakukan advokasi publik dengan berbagai strategi dan metode untuk memperjuangkan hak-hak pekerja dan meningkatkan kualitas hidup mereka. Berikut beberapa contoh bagaimana serikat buruh melakukan advokasi publik:

1) *Advokasi Kelas:* Serikat buruh seperti Federasi Serikat Buruh Kerakyatan Indonesia (SERBUK) melakukan advokasi kelas dengan mewakili suatu kelompok dalam pembahasan ini adalah kaum buruh yang diperjuangkan untuk mendapatkan hak Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3).
2) *Advokasi Kasus:* Serikat buruh juga melakukan advokasi kasus dengan cara menyelesaikan permasalahan kasus individu yang dihadapi buruh dengan bantuan serikat. Hambatan yang dialami oleh Federasi SERBUK yaitu anggota yang ku-

rang kompeten, pasif dan, tidak prinsipil. Sedangkan tantangan yang dihadapi oleh SERBUK adalah tindak intimidasi dari perusahaan dan stigma kawan buruh lain yang memandang sebelah mata kepada serikat yang dekat dengan partai.

3) *Advokasi Kebijakan Pengupahan:* Serikat buruh juga melakukan advokasi kebijakan pengupahan, seperti organisasi buruh dan pekerja yang ada di Kota Surakarta, dengan cara membentuk lingkaran inti, memilih isu strategis, merancang sasaran dan strategi, mengolah data dan mengolah informasi, menggalang sekutu pendukung, mengajukan rancang tanding, memengaruhi pembuat dan pelaksana kebijakan, membentuk pendapat umum, membangun basis gerakan, memantau dan menilai program.
4) *Advokasi Hak dan Kewajiban*: Serikat buruh seperti GASBIINDO juga membahas tentang praktik pelaksanaan hak dan kewajiban buruh sebagai unsur dari sistem perburuhan dan gambaran kondisi buruh di Indonesia. Mereka membatasi mengenai dua permasalahan penting yang perlu diteliti, yaitu bagaimana hak dan kewajiban buruh pada GASBIINDO dan bagaimana pandangan hukum Islam terhadap hak dan kewajiban buruh pada GASBIINDO.
5) *Advokasi Perda Ketenagakerjaan*: Serikat buruh seperti Federasi Serikat Pekerja Metal Indonesia (FSPMI) juga melakukan advokasi perda ketenagakerjaan, seperti Perda Ketenagakerjaan Jawa Timur No. 8 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Ketenagakerjaan, dengan melakukan konsep-lobi-aksi dan memiliki segala upaya strategi serta kekuatan internal yang masif. Dalam melakukan advokasi publik, serikat buruh menghadapi beberapa hambatan dan tantangan, seperti anggota yang kurang kompeten, tindak intimidasi dari perusahaan, dan stigma dari kawan buruh lain yang memandang sebelah

mata kepada serikat yang dekat dengan partai. Namun, serikat buruh terus berjuang dan melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi pekerja dalam advokasi publik.

Kelompok Gerakan Perempuan

Kelompok Gerakan Perempuan dan Advokasi Publik adalah istilah kolektif yang mencakup berbagai organisasi, inisiatif, dan individu yang bekerja sama untuk mempromosikan kesetaraan gender, menantang diskriminasi berbasis gender, dan mengadvokasi hak-hak perempuan dan anak perempuan. Kelompok-kelompok ini sering beroperasi di tingkat akar rumput, terlibat dalam kegiatan berbasis masyarakat, advokasi kebijakan, dan kampanye kesadaran untuk membawa perubahan positif dalam masyarakat.

Komponen utama Kelompok Gerakan Perempuan dan Advokasi Publik:

1) *Keterlibatan Masyarakat*: Kelompok-kelompok ini sering terlibat dengan komunitas lokal, mengadakan lokakarya, sesi pelatihan, dan program penjangkauan untuk meningkatkan kesadaran tentang isu-isu gender dan mempromosikan pemberdayaan perempuan.
2) *Advokasi Kebijakan*: Dengan melibatkan pembuat kebijakan, Kelompok Gerakan Perempuan dan Advokasi Publik dapat memengaruhi keputusan kebijakan yang memengaruhi kehidupan perempuan, seperti undang-undang yang berkaitan dengan kekerasan dalam rumah tangga, hak-hak reproduksi, dan kesetaraan upah.
3) *Kampanye Kesadaran*: Melalui berbagai bentuk media, seperti media sosial, media cetak, dan kampanye digital, kelompok-kelompok ini meningkatkan kesadaran tentang isu-isu ber-

basis gender, menantang stereotip gender yang berbahaya, dan mempromosikan budaya kesetaraan gender.

4) *Pengembangan Kapasitas*: Banyak Kelompok Gerakan Perempuan dan Advokasi Publik memberikan pelatihan dan program pengembangan kapasitas bagi perempuan, membekali mereka dengan keterampilan dan pengetahuan untuk menjadi pemimpin dan advokat kesetaraan gender.
5) *Kemitraan dan Kolaborasi*: Kelompok-kelompok ini sering membentuk aliansi dengan organisasi lain, lembaga pemerintah, dan organisasi internasional untuk memperkuat dampak dan meningkatkan sumber daya mereka.

Di berbagai dunia, contoh Kelompok Gerakan Perempuan dan Advokasi Publik; Organisasi Bantuan Perempuan (Women's Aid Organization, WAO): Sebuah organisasi non-Pemerintah Malaysia yang menyediakan layanan dukungan bagi para penyintas kekerasan dalam rumah tangga dan mengadvokasi perubahan kebijakan untuk melindungi hak-hak perempuan. Liga Perempuan Burma: Sebuah koalisi organisasi perempuan di Myanmar yang mengadvokasi hak-hak perempuan, perdamaian, dan demokrasi, serta memberikan dukungan kepada perempuan yang terkena dampak konflik dan pengungsian. Aliansi Nasional Pembela Hak Asasi Manusia Perempuan (NAWHRD): Jaringan pembela hak asasi manusia perempuan di Indonesia yang mengadvokasi hak-hak perempuan dan anak perempuan, terutama dalam konteks kekerasan, diskriminasi, dan marginalisasi.

Kelompok Gerakan Perempuan dan Advokasi Publik memainkan peran penting dalam mempromosikan kesetaraan gender dan melawan diskriminasi berbasis gender. Melalui pelibatan masyarakat, advokasi kebijakan, kampanye penyadaran, peningkatan kapasitas, dan kemitraan, kelompok-kelompok ini

berkontribusi dalam menciptakan masyarakat yang lebih adil dan setara bagi perempuan dan anak perempuan.

Kelompok Lingkungan Hidup

Kelompok lingkungan hidup dan advokasi publik berperan penting dalam memperjuangkan hak-hak masyarakat terkait lingkungan hidup dan mempromosikan kebersihan serta keseimbangan lingkungan. Mereka dapat melakukan berbagai aktivitas, seperti:

1) *Advokasi*: Kelompok lingkungan hidup dan advokasi publik dapat melakukan advokasi untuk mewujudkan hak-hak masyarakat terkait lingkungan hidup. Mereka dapat melakukan kampanye, demonstrasi, dan lain-lain untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya lingkungan hidup dan perlindungan hak-hak masyarakat terkait lingkungan.
2) *Pengawasan*: Kelompok lingkungan hidup dan advokasi publik dapat melakukan pengawasan terhadap pemerintah dan perusahaan-perusahaan yang berpotensi merusak lingkungan. Mereka dapat melakukan investigasi dan mengungkapkan informasi yang tidak jujur atau tidak transparan terkait dengan lingkungan hidup.
3) *Pendidikan*: Kelompok lingkungan hidup dan advokasi publik dapat melakukan pendidikan dan kampanye untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya lingkungan hidup dan bagaimana cara menjaga lingkungan hidup yang seimbang. Mereka dapat melakukan kegiatan-kegiatan seperti pelatihan, diskusi, dan lain-lain untuk meningkatkan kesadaran masyarakat.
4) *Advokasi Hukum*: Kelompok lingkungan hidup dan advokasi publik dapat melakukan advokasi hukum untuk mewujudkan hak-hak masyarakat terkait lingkungan hidup. Mereka dapat melakukan gugatan hukum terhadap pemerintah dan

perusahaan-perusahaan yang berpotensi merusak lingkungan.

5) *Kerja Sama*: Kelompok lingkungan hidup dan advokasi publik dapat melakukan kerja sama dengan pemerintah, perusahaan, dan masyarakat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya lingkungan hidup. Mereka dapat melakukan kerja sama untuk mengembangkan program-program yang berfokus pada perlindungan lingkungan hidup.

Dalam beberapa kasus, kelompok lingkungan hidup dan advokasi publik telah berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat dan mewujudkan perubahan positif terkait lingkungan hidup. Contohnya, Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru telah berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat dengan menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi publik. Selain itu, organisasi lingkungan hidup telah melakukan advokasi hukum untuk mewujudkan hak-hak masyarakat terkait lingkungan hidup, seperti dalam kasus pencemaran udara di DKI Jakarta.

Kelompok LSM Advokasi

Kelompok LSM (Lembaga Sosial Masyarakat) atau NGO (Non-Governmental Organization) memainkan peran penting dalam advokasi publik, terutama dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dan memperjuangkan hak-hak masyarakat yang kurang beruntung. Dalam beberapa kasus, LSM/NGO telah bergerak untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya inklusi dan kesetaraan, serta memperjuangkan hak-hak masyarakat yang kurang beruntung. Strategi advokasi yang efektif dilakukan oleh kelompok LSM/NGO dapat dilihat dalam beberapa contoh berikut:

1) *Pemberdayaan Perempuan Rentan*: LSM PEKKA menggunakan strategi advokasi untuk memberdayakan perempuan rentan,

terutama janda desa, dalam mengakses hak-hak politik dan ekonomi. Mereka berfokus pada pemilihan isu yang kemudian menjadi program utama, serta memetakan aktor lingkar kuasa Kepala Desa untuk jaringan kader awal.

2) *Advokasi terhadap Korupsi*: Malang Corruption Watch (MCW) menggunakan strategi advokasi untuk mengadvokasi terhadap korupsi dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya *good governance*. Mereka menggunakan strategi seperti pendidikan publik, pemberdayaan masyarakat, dan pembangunan zona antikorupsi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan memperjuangkan hak-hak mereka.
3) *Pemberdayaan Kaum Difabel*: SIGAB Yogyakarta menggunakan strategi advokasi untuk memberdayakan kaum difabel melalui program Rintisan Desa Inklusi (RINDI). Mereka berfokus pada nilai-nilai pijakan yang menjadi basis tindakan, konstruksi wacana untuk mewujudkan program RINDI, dan strategi melembagakan desa inklusi.
4) *Advokasi Kelompok Disabilitas Melalui Media Sosial*: Kelompok disabilitas di Kabupaten Jember menggunakan media sosial sebagai sarana advokasi untuk menunjukkan eksistensi mereka dan mengubah stereotip masyarakat tentang disabilitas. Mereka menggunakan media sosial untuk menawarkan nilai-nilai, paradigma baru untuk mengangkat ragam isu gaya hidup, usaha bersama, kreativitas pribadi, dan kondisi yang berhubungan dengan ranah publik.

Dalam keseluruhan, strategi advokasi yang efektif dilakukan oleh kelompok LSM/NGO melibatkan berbagai elemen, termasuk:

1) *Pemilihan Isu*: Fokus pada isu-isu yang relevan dan penting untuk masyarakat yang kurang beruntung.

2) *Pemberdayaan Masyarakat*: Meningkatkan kesadaran dan kemampuan masyarakat untuk mengakses hak-hak mereka.
3) *Pembangunan Zona Antikorupsi*: Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya *good governance* dan memperjuangkan hak-hak mereka.
4) *Penggunaan Media Sosial*: Menggunakan media sosial sebagai sarana untuk menunjukkan eksistensi dan mengubah stereotip masyarakat.
5) *Pemetaan Aktor Lingkar Kuasa*: Memahami dan mengelola aktor-aktor yang berpengaruh dalam proses advokasi.

Dengan demikian, strategi advokasi yang efektif dilakukan oleh kelompok LSM/NGO dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat, memperjuangkan hak-hak masyarakat yang kurang beruntung, dan meningkatkan kesetaraan dan inklusi dalam masyarakat.

Prospek dan Tantangan *Civil society* dan Advokasi Kebijakan di Indonesia

Masyarakat sipil memainkan peran penting dalam mengadvokasi kebijakan-kebijakan di Indonesia, khususnya dalam konteks pemerintahan yang demokratis. Sejak jatuhnya rezim otoriter Orde Baru, masyarakat sipil dipandang sebagai benteng pertahanan terhadap upaya-upaya elit untuk membatalkan pencapaian-pencapaian demokratis. Namun, penilaian baru-baru ini telah menyoroti bagaimana polarisasi, konservatisme sosial-keagamaan, dan meningkatnya represi negara telah semakin membatasi kemampuan masyarakat sipil untuk mempertahankan demokrasi Indonesia dari kemunduran lebih lanjut. Terlepas dari tantangan-tantangan ini, para aktivis politik telah menunjukkan kemampuan beradaptasi, sumber daya, dan ketangguhan, dan kadang-kadang berhasil menghentikan dan bahkan

membalikkan tren antidemokrasi. Dua segmen masyarakat sipil, yaitu kelompok hak-hak perempuan dan aktivis lingkungan, telah menjadi sangat efektif dalam menegakkan akuntabilitas diagonal dan membela hak asasi manusia.

Petisi *online*, seperti yang ada di Change.org, juga telah digunakan sebagai alat untuk advokasi kebijakan, dengan berbagai penelitian yang menganalisis efektivitasnya dalam memobilisasi dukungan publik dan memengaruhi keputusan kebijakan. Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) telah memainkan peran penting dalam mengendalikan korupsi, dengan sebuah studi yang menyoroti fungsi mereka sebagai agen kontrol sosial, termasuk peran edukasi, advokasi, dan investigasi. Masyarakat sipil Islam juga telah terlibat dalam advokasi kebijakan, dengan fokus pada pengelolaan zakat dan hubungannya dengan kebijakan negara. Namun, sentralisasi pengelolaan zakat telah dikritik karena melukai partisipasi masyarakat sipil Islam dalam mengelola zakat sesuai dengan tradisi genealogis mereka.

Efektivitas program advokasi kebijakan telah dievaluasi dalam berbagai konteks, termasuk pelaksanaan advokasi kebijakan *stunting* di Dinas Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak, Pengendalian Penduduk, dan Keluarga Berencana Kabupaten Pasuruan. Peran masyarakat sipil dalam menyusun agenda dan memengaruhi keputusan kebijakan telah banyak dikaji, dengan fokus pada kekuatan masyarakat sipil setelah runtuhnya rezim Orde Baru. Tantangan yang dihadapi oleh masyarakat sipil di Indonesia telah dianalisis, termasuk perlunya pemberdayaan melalui pendidikan politik yang mengedepankan etika Islam yang didasarkan pada nilai-nilai kewarganegaraan. Kontribusi etika Islam dalam pendidikan politik telah dilihat sebagai solusi bagi permasalahan masyarakat sipil Indonesia di era reformasi. Kesimpulannya, masyarakat sipil di Indonesia memain-

kan peran penting dalam mengadvokasi kebijakan, meskipun menghadapi berbagai tantangan. Efektivitas program advokasi kebijakan dan peran masyarakat sipil dalam menyusun agenda dan memengaruhi keputusan kebijakan sangat penting dalam mendorong tata kelola pemerintahan yang demokratis.

Masyarakat sipil dan advokasi kebijakan di Indonesia menghadapi berbagai tantangan dan prospek. Tantangan tersebut, antara lain, fragmentasi sosial di kalangan masyarakat, terbatasnya distribusi hasil-hasil pembangunan di bidang ekonomi, sosial, dan pendidikan, serta budaya paternalistik yang masih kuat di kalangan masyarakat. Selain itu, respons Indonesia terhadap tantangan globalisasi membutuhkan kerja sama antara pemerintah, aktor transnasional, dan masyarakat sipil, dengan fokus pada usaha patungan dan aliansi strategis. Masyarakat sipil di Indonesia menghadapi beberapa tantangan, termasuk:

1) *Fragmentasi Sosial*: Tingginya tingkat fragmentasi sosial di kalangan masyarakat dapat menghambat efektivitas masyarakat sipil dalam mendorong aksi kolektif dan mengadvokasi perubahan kebijakan.
2) *Terbatasnya Distribusi Hasil Pembangunan*: Terbatasnya distribusi hasil pembangunan di bidang ekonomi, sosial, dan pendidikan dapat menimbulkan ketidakpuasan di kalangan warga dan melemahkan legitimasi masyarakat sipil.
3) *Budaya Paternalistik*: Budaya paternalistik yang kuat di kalangan masyarakat dapat menyulitkan masyarakat sipil untuk mendorong tindakan independen dan kolektif karena masyarakat mungkin lebih cenderung mengandalkan pihak berwenang daripada mengambil inisiatif sendiri.
4) *Rintangan Birokrasi*: Rintangan birokrasi dapat menghambat efektivitas masyarakat sipil dalam menangani masalah-masalah administratif, seperti yang dihadapi oleh Kantor Urusan

Agama (KUA) dalam menangani administrasi pernikahan di daerah perbatasan.

5) *Tantangan Hukum*: Tantangan hukum, termasuk hambatan birokrasi, keterbatasan akses terhadap bantuan hukum, dan masalah dokumentasi, dapat menyulitkan masyarakat sipil dalam melindungi hak-hak pengungsi, seperti Rohingya, di Indonesia.
6) *Diskriminasi dan Tantangan Sosial-Ekonomi*: Diskriminasi dan tantangan sosio-ekonomi dapat menghambat integrasi dan kesejahteraan pengungsi, seperti Rohingya, di Indonesia, dan membutuhkan kebijakan dan upaya advokasi yang tepat sasaran.

Tantangan-tantangan ini menyoroti perlunya masyarakat sipil di Indonesia untuk beradaptasi dan berinovasi agar dapat secara efektif mendorong perubahan kebijakan dan melindungi hak-hak kelompok yang terpinggirkan. Peran masyarakat sipil dalam gerakan antikorupsi juga sangat penting, dengan inisiatif seperti Madrasah Anti Korupsi (MAK) dan Serikat Gerakan Anti Korupsi (SE-GANKIN) yang bertujuan untuk mendidik masyarakat, mengadvokasi kebijakan antikorupsi, dan memonitor korupsi. Di sisi lain, terdapat prospek bagi masyarakat sipil untuk memainkan peran penting dalam mendorong perubahan kebijakan. Misalnya, pembentukan keluarga demokratis, pertumbuhan peran lembaga swadaya masyarakat, dan peningkatan kelas menengah intelektual, terutama mahasiswa, dapat berkontribusi pada pengembangan masyarakat sipil. Selain itu, pelaksanaan pendidikan politik secara formal (misalnya, pendidikan kewarganegaraan atau kewarganegaraan) dan informal juga dapat memengaruhi prospek pengembangan masyarakat sipil. Dalam konteks perlindungan hak-hak pengungsi Rohingya di Indonesia, terdapat tantangan hukum yang signifikan, termasuk

hambatan birokrasi, keterbatasan akses terhadap bantuan hukum, dan masalah dokumentasi.

Situasi hak asasi manusia ditandai dengan hambatan terhadap pendidikan, kesehatan, dan pekerjaan, serta diskriminasi dan tantangan sosial-ekonomi. Meskipun ada optimisme untuk perbaikan, kemauan politik tetap menjadi perhatian. Pentingnya kebijakan, advokasi, dan keterlibatan masyarakat yang disesuaikan dengan kebutuhan para pengungsi disoroti. Secara ringkas, masyarakat sipil di Indonesia menghadapi tantangan yang berkaitan dengan fragmentasi sosial, terbatasnya hasil pembangunan, dan budaya paternalistik. Namun demikian, terdapat prospek bagi masyarakat sipil untuk berkontribusi pada perubahan kebijakan melalui kerja sama, pendidikan, dan advokasi. Perlindungan hak-hak pengungsi Rohingya juga perlu mengatasi tantangan hukum dan memastikan akses terhadap layanan dasar dan pendidikan.

Penutup

Prospek dan tantangan masyarakat sipil dan advokasi kebijakan di Indonesia memiliki banyak sisi dan kompleks. Di satu sisi, masyarakat sipil berperan penting dalam membentuk keputusan kebijakan, terutama dalam konteks pemerintahan yang demokratis. Partisipasi anak muda dalam advokasi kebijakan, seperti yang terlihat pada kasus Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik (GIDKP) dan Bye Bye Kantong Plastik (BBPB), telah menjadi sangat penting dalam memengaruhi keputusan kebijakan terkait isu lingkungan, seperti pelarangan kantong plastik sekali pakai. Di sisi lain, masyarakat sipil menghadapi tantangan yang cukup besar dalam upayanya mengadvokasi kebijakan. Platform Lapor Covid-19, misalnya, telah berhasil memantau kebijakan pandemi dan mengadvokasi hak-hak tenaga kesehatan, tetapi

menghadapi tantangan; peretasan dan resistensi pemerintah terhadap datanya. Pontianak Bhinneka Network (PBN) telah melakukan upaya untuk mengadvokasi kebijakan tentang toleransi, tetapi menghadapi tantangan internal dan eksternal terkait kapasitas organisasi dan hubungan dengan aktor-aktor negara.

Implementasi prinsip-prinsip demokrasi dalam hukum tata negara Indonesia juga dihadapkan pada berbagai tantangan, termasuk konflik kepentingan politik, korupsi, lemahnya partisipasi publik, dan pemenuhan hak asasi manusia. Organisasi Rifka Annisa telah berperan penting dalam mengadvokasi kebijakan terkait perlindungan perempuan, tetapi menghadapi kendala seperti kurangnya dukungan pemerintah. Dukungan kolektif masyarakat sipil dalam gerakan antikorupsi sangat penting, seperti yang terlihat pada upaya Muhammadiyah dan Serikat Gerakan Anti Korupsi (SE-GANKIN). Koalisi organisasi masyarakat sipil dalam mengadvokasi kebijakan terkait relokasi warga yang terkena dampak proyek Banjir Kanal Timur di Kota Semarang berhasil mengubah kebijakan teknokratis. Masa depan masyarakat sipil di Indonesia dipengaruhi oleh terbentuknya keluarga-keluarga demokratis, tumbuhnya peran lembaga swadaya masyarakat, meningkatnya kelas menengah intelektual, dan terlaksananya pendidikan politik secara formal dan informal. Namun, tantangan yang dihadapi oleh masyarakat sipil, antara lain, fragmentasi sosial yang tinggi, terbatasnya distribusi hasil-hasil pembangunan, dan budaya paternalistik. Kesimpulannya, masyarakat sipil di Indonesia memainkan peran penting dalam mengadvokasi kebijakan, tetapi menghadapi tantangan yang cukup besar. Keberhasilan program advokasi kebijakan dan peran masyarakat sipil dalam menyusun agenda dan memengaruhi keputusan kebijakan sangat penting dalam mendorong tata kelola pemerintahan yang demokratis.

Daftar Pustaka

Davis, A. P., & Zhang, Y. (2024). *Civil society* and Democracy under Pressure: Does Authoritarian Mobilization and Party Incapacity Diminish the Positive Effect of *Civil society*? *The Sociological Quarterly*, *65*(2), 225–245.

Fatmawati, N. I., Nugraheni, A. S., & Sholikin, A. (2020). Analisis kekerasan simbolik dalam buku pelajaran pendidikan agama Islam di sekolah dasar. *Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian*, 40–53.

Gerő, M., Szikra, D., Fejős, A., & Kerényi, S. (2023). From exclusion to co-optation: Political opportunity structures and *civil society* responsses in de-democratising Hungary. *Politics and Governance*, *11*(1), 16–27.

Guan, L. H. (2004). *Civil society in Southeast Asia*. Institute of Southeast Asian Studies.

Ibrahim, R. (2007). *Indeks masyarakat sipil Indonesia 2006: jalan (masih) panjang menuju masyarakat sipil*. Yappika.

Korneev, O. (2024). The globalized *civil society* in migration governance. In *Handbook of Migration and Globalisation* (pp. 58–73). Edward Elgar Publishing.

Perdana, A. (2015). The politics of *civil society* organizations (CSOs) post-reformation 1998. *Masyarakat, Jurnal Sosiologi*, *20*(1), 3.

Pickering, P. M., & McMahon, P. C. (2024). Introduction to *civil society* 2.0. In *Activism in Hard Times in Central and Eastern Europe* (pp. 1–26). Routledge.

Sholikin, A. (2018). Perbedaan Sikap Politik Elektoral Muhammadiyah Antara Pusat Dan Daerah. *POLINTER*, *3*(2).

Sholikin, A. (2019). Cyberspace: Ruang Publik Baru Bagi Aktivitas Politik Muhammadiyah (Cyberspace: New Public Space for Muhammadiyah's Political Activities). *Profetik Jurnal Komunikasi*, *12*(2).

Sholikin, A. (2020a). Dinamika Hubungan Muhammadiyah dan Partai Politik di Indonesia. *Jurnal Polinter: Kajian Politik Dan Hubungan Internasional*, *5*(2), 1–19.

Sholikin, A. (2020b). Teori Kutukan Sumber Daya Alam (Resource Curse) dalam Perspektif Ilmu Politik. *Madani Jurnal Politik Dan Sosial Kemasyarakatan*, *12*(1), 24–40.

Sholikin, A. (2023). *Dinamika Politik Lokal Bojonegoro dalam Upaya Minimalisasi Kutukan Sumber Daya Alam* [Disertasi, Universitas Gadjah Mada]. https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/222633#filepdf

Sholikin, A., & Abdul Gaffar Karim, M. A. (2015). *Deviasi Sikap Politik Elektoral Muhammadiyah Antara Pusat Dan Daerah (Studi Kasus Sikap Politik Elite Muhammadiyah pada Pilihan Presiden 2014 dan Pilkada 2010 di Sleman dan Maros)*. Universitas Gadjah Mada.

Sholikin, A., Winanti, P., & Sukmajati, M. (2022). Minimizing the Natural Resource Curse "Innovation of Extractive Industry Governance Policy in Bojonegoro Regency." *Proceedings of the 6th Batusangkar International Conference, BIC 2021, 11-12 October, 2021, Batusangkar-West Sumatra, Indonesia*.

Smith, E. C., & Hamel, Z. (2023). Global *civil society*. In *The Palgrave Encyclopedia of Global Security Studies* (pp. 616–618). Springer.

Solikhin, A. (2016). Islam, negara, dan perlindungan hak-hak Islam minoritas. *Journal of Governance*, *1*(1).

POLITICAL BRANDING CALON PRESIDEN INDONESIA DALAM PEMILIHAN PRESIDEN 2024 PADA AKUN INSTAGRAM

Media sosial merupakan media yang paling banyak diminati oleh semua orang karena media sosial menawarkan penyampaian informasi yang lebih cepat dan komunikasi dua arah yang membuat penggunanya dapat saling berinteraksi satu dengan yang lainnya secara *online*. Selain itu, media sosial juga memiliki kekuatan dalam memengaruhi khalayak lebih cepat karena media sosial membuat ketergantungan, khususnya dalam memperoleh berita terkini (Effendy, 2003). Kekuatan yang dimiliki media sosial tersebut dicapai karena kehadiran teknologi internet yang semakin meluas. Melalui internet, komunikasi dapat terjalin dan komunikasi direproduksi, didistribusikan, serta dikonsumsi oleh masyarakat (Pawito, 2015).

Dalam konteks komunikasi politik, media sosial menjadi bagian integral dari proses komunikasi yang terkait dengan pertukaran informasi karena menjadi sumber penting informasi dan berita politik. Melalui media sosial, berbagai informasi mudah disebarluaskan (Firmanzah, 2008). Misalnya Instagram, Susanto (2017) menerangkan bahwa jaringan komunikasi politik yang terbentuk dengan menggunakan Instagram dapat menumbuh-

kan partisipasi yang mendorong kontribusi, umpan balik, dan keterbukaan tanpa jarak antarsumber berita.

Media sosial memiliki kekuatan yang dapat dimanfaatkan oleh para aktor politik untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap mereka dan membangun citra di mata masyarakat. Para calon presiden, dalam konteks tulisan ini misalnya, menjadikan media sosial sebagai suatu sarana yang ideal untuk berkomunikasi dengan khalayak seperti mengetahui aspirasi masyarakat. Melalui media sosial, calon presiden dapat memengaruhi, mengajak, memberi informasi kepada khalayak melalui apa yang mereka unggah di media sosial mereka. Komunikasi politik tersebut adalah salah satu bagian dari kegiatan politik yang memiliki tujuan untuk menyampaikan pesan-pesan politik yang dilakukan oleh aktor-aktor politik kepada masyarakat saat melakukan kampanye (Anshori, 2018). Media sosial menawarkan upaya *branding* yang lebih murah (Petruca, 2016) dibandingkan cara lainnya yang membutuhkan dukungan finansial yang cukup besar (Kaplan dn Haenlein, 2010).

Menurut Al-Ries (1982) dan Boush (1991), seseorang tentunya memiliki pandangan *branding* yang berbeda-beda karena setiap orang memiliki keunikannya masing-masing, serta karakteristik pribadi yang berbeda dari yang lain (Rangkuti, 2013). Instagram menjadi salah satu yang akan mempermudah seseorang untuk mengekspresikan dirinya untuk membuat *branding* diri sendiri. Instagram merupakan salah satu jenis media sosial yang banyak digunakan saat ini. Melansir upgraded.id, dilaporkan bahwa terdapat 88.861.000 pengguna aktif Instagram di Indonesia per Februari 2024. Fenomena ini menjadi salah satu bukti bahwa masyarakat Indonesia telah bergantung pada media sosial untuk mendapatkan semua informasi yang ingin mereka dapatkan.

Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo merupakan calon-calon presiden pada Pilpres 2024 yang aktif di media sosial. Di antaranya Anies Baswedan telah memiliki 7,4 juta pengikut di akun Instagram (@aniesbaswedan) dengan 5.384 kiriman per tanggal 22 Maret 2024. Prabowo Subianto memiliki 12,4 juta pengikut pada akun Instagram (@prabowo) dengan 1.276 kiriman per tanggal 22 Maret 2024, dan kemudian Ganjar Pranowo memiliki 6,7 juta pengikut pada akun Instagram (@ganjar_pranowo) dengan 8.039 kiriman per tanggal 22 Maret 2024. Ketiga calon-calon presiden tidak hanya sekedar berinteraksi dengan masyarakatnya di Instagram, tetapi juga membawa ciri khasnya masing-masing. Hal tersebut merupakan komunikasi politik yang merupakan sebuah aspek dalam segala kegiatan politik, berarti komunikasi yang terjadi dalam sebuah sistem politik berbentuk penyampaian pesan dengan dampak politik dari calon presiden kepada masyarakat (Indra & Wahid, 2021).

Pemilihan presiden yang diadakan pada tanggal 14 Februari 2024 telah menjadi fenomena demokrasi dengan persaingan yang ketat. Isu antarcapres menjadi citra yang dibangun sebagai bagian dari strategi pemenangan. Untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat, salah satunya, yaitu melalui strategi politik yang digunakan adalah melakukan iklan politik melalui media Instagram. Media massa sering dimanfaatkan sebagai sarana pencitraan dengan mengusung iklan-iklan yang bertemakan politik. Iklan politik bertujuan menyampaikan citra guna menguatkan citra politik. Kepercayaan publik dan citra positif kontestan sesungguhnya dapat dicapai dengan mengonstruksikan identitas dirinya, menawarkan produk politik yang menarik. Dengan menciptakan *branding* kuat dan jelas, kesan terhadap seorang kandidat/calon politik akan tertanam kokoh secara langsung, hasil elektabilitas ketiga calon tentunya akan berbeda.

Melalui survei yang dilakukan lembaga survey ARCHI yang pada tanggal 26 Januari–1 Februari 2024 menunjukkan bahwa elektabilitas Anies Baswedan sebesar 37,63%, kemudian elektabilitas Prabowo Subianto mencapai 45,9%, dan elektabilitas Ganjar Pranowo sebesar 15,95%. Pencapaian tersebut menempatkan Prabowo sementara dengan tingkat elektabilitas tertinggi dibandingkan pesaingnya. Sesuai dengan data survei elektabilitas ketiga kandidat di atas bertujuan untuk melihat bagaimana citra politik Anies, Prabowo, dan Ganjar pada Pemilihan Presiden 2024 yang dibentuk di akun media sosial Instagram. Kajian tentang *political branding* menekankan pada konteks strategi *branding* politik yang dibentuk untuk memberikan pengaruh besar terhadap khalayak tentang subjek politik karena dalam komunikasi politik, *branding* politik diperlukan sebagai alat yang efektif untuk komunikasi khususnya di media sosial Instagram.

Konsep tentang *political branding* ini merujuk pada hasil penelitian Aryadillah tentang "Strategi Kampanye Politik Anies Baswedan dalam Membangun Citra Politik pada Pemilihan Presiden Tahun 2024". Pembahasan ini membahas tentang ruang politik di mana berbagai partai politik mengusung jagoannya masing-masing. Jika melihat persaingan yang ada, tentu saja berbagai partai politik melancarkan senjatanya dengan berbagai strategi politik yang ada guna pemenangan suara dan meraih simpati publik dalam membangun citra politiknya. Pesta demokrasi yang seadanya dilakukan melalui pemilihan presiden pada tahun 2024, dinilai sejumlah pengamat politik menjadi persaingan yang menarik. Hal ini terlihat dari masing-masing kandidat partai mengusung calon presiden dalam berbagai strategi yang dilakukan guna menarik simpati publik, oleh setiap calon presiden dalam pemilihan presiden tahun 2024.

Political branding menurut pemikiran Marshment dalam (Sandra, 2013), mengatakan bahwa *branding* merupakan bentuk baru dalam pemasaran politik. Kata *branding* berasal dari kata bahasa Inggris, *"brand"* yang berarti merek. Mitsikopolou (2008) menjelaskan bahwa citra dan personalitas pemimpin dapat dibentuk oleh proses *branding* karena *branding* dapat mengubah kandidat dalam membuat citra yang diinginkan dan mendapatkan dukungan dari masyarakat. Karaduman (2013) menjelaskan bahwa *personal branding* merupakan identitas personal yang mampu memunculkan persepsi di benak masyarakat mengenai nilai dan kualitas yang dibawa oleh calon presiden. *Branding* tentunya berbeda dengan sebuah produk karena *political branding* tidak menghasilkan keuntungan seperti laba. Akan tetapi, *branding* bertujuan untuk membuat citra yang kuat seperti apa yang diinginkan oleh aktor politik dalam membentuk *image* positif di hadapan masyarakat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *political branding* adalah suatu upaya yang strategis yang menjadi alternatif dalam membangun citra politik yang mereka buat. Hal ini bertujuan untuk menarik masyarakat, terlebih pada pencitraan melalui media sosial (Royan dalam Putra, 2014: 4).

Menurut Gelder (2003), *branding* terdiri dari *positioning, personality,* dan *brand identik.* Dari pemikiran tersebut, penulis merumuskan tiga indikator kunci yang relevan digunakan sebagai landasan berpikir dalam memahami dan menginterpretasikan bagaimana *political branding* Anies, Prabowo, dan Ganjar yang dibangun di media sosial Instagram yang kemudian dianalisis menggunakan konsep *political branding* Gelder yang terdiri dari:

1. Penampilan *(appeareance)* dapat ditelaah dari segi pakaian, atribut kampanye, gestur tangan *(handsign),* gaya rambut maupun simbol-simbol yang dipakai dalam kampanye.

2. Personalitas *(personalities)*. Kepribadian *personal branding* kandidat yang dapat dicermati dari aktivitas kampanye seperti dengan mengamati; (1) Gaya bicara yang terdiri dari tatanan bahasa, tingkah laku, maupun bahasa tubuh yang ditampilkan kandidat. (2) Hubungan, yaitu kemampuan kandidat dalam bersosialisasi atau dekat dengan masyarakat. (3) Kemampuan persuasi, yaitu karier masa lalu serta kemampuan intelektual kandidat dalam menyampaikan pidato kampanye guna membentuk suatu kesan *(image)* yang melekat.
3. Pesan kunci politik *(political key message)*. Pada indikator ini adalah berupa janji politik, gagasan politik, aspirasi, harapan, nilai maupun ideologi politik. Berikut merupakan konsep *political branding* yang penulis rangkum untuk kemudian dikembangkan menjadi penggambaran representasi *branding* yang ditampilkan oleh ketiga capres.

Kemudian, penelitian tentang *political branding* juga merujuk pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Agil Try Julianto Rizky tentang "Analisis Komunikasi Politik Prabowo Subianto di Media Sosial Menjelang Kontestasi Pemilihan Presiden 2024". Pada pembahasan ini dibahas tentang analisis komunikasi politik oleh Prabowo Subianto di media sosial menjelang Pemilihan Presiden 2024 di Indonesia. Ini menyoroti peningkatan citra Prabowo di platform media sosial, seperti X, Tiktok, Instagram, dan YouTube, dengan *hashtag*, seperti #KamiAkanSelaluDisini, #AllinPrabowo, #PrabowoBentengNKRI, #InstallPrabowo mendapatkan dukungan. Artikel ini juga menyebutkan peran media sosial dalam komunikasi politik dan potensi penyebaran informasi yang salah dan serangan terhadap tokoh politik. Upaya Prabowo untuk meningkatkan citranya melalui berbagai kegiatan media juga dibahas. Seperti yang kita ketahui, *track record* Prabowo Subianto dalam pemilihan Presiden RI selalu kurang *mon-*

cer disebabkan pandangan masyarakat terhadapnya. Jika menyebut nama Prabowo Subianto, masyarakat cenderung mengingat dosa-dosa HAM di masa lalunya. Hal ini menjadi salah satu alasan Prabowo Subianto kurang beruntung dalam menggaet hati masyarakat. Berbicara tentang hari ini, seperti yang kita lihat di media sosial (X, TikTok, Instagram, dan YouTube) citra Prabowo Subianto sudah mulai membaik. Hal ini dibuktikan dari banyaknya dorongan anak muda di media sosial yang sudah memperlihatkan dukungan terhadap Prabowo Subianto dalam Pemilihan Presiden RI mendatang. Tagar-tagar yang dikeluarkan anak muda menjadi genderang dukungan tersendiri bagi Prabowo Subianto di media sosial. Dukungan secara tidak langsung juga diperlihatkan oleh tokoh-tokoh masyarakat. Mulai dari tokoh politik, purnawirawan, hingga ulama. Tentu, dengan sasaran yang tepat, perkembangan media akhir-akhir ini dapat menjadi benteng untuk memperbaiki citra Prabowo Subianto yang sudah terlanjur kurang baik. Dengan adanya dorongan anak muda di media sosial, tanpa kita sadari Prabowo Subianto mendapat banyak apresiasi dan dukungan untuk mendulang keberhasilan di Pemilihan Presiden RI 2024.

Syifaur Rahmah pada penelitiannya tentang "*Personal Branding* Ganjar Pranowo untuk membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram". Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial dimanfaatkan oleh para aktor politik untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap mereka dan membangun *image* di mata masyarakat. *Personal branding* yang dilakukan oleh politisi di media sosial akan membentuk persepsi masyarakat akan dirinya dan memudahkan mereka untuk melakukan komunikasi politik. Ganjar Pranowo merupakan salah satu aktor politik yang aktif menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan masyarakatnya. Instagram menjadi salah satu

media sosial yang digunakannya untuk memudahkan komunikasi dua arah dengan masyarakatnya dengan membawa ciri khas yang dimilikinya dan membentuk *image* tentang dirinya yang kemudian akan memudahkannya dalam melakukan komunikasi politik. Artikel ini bertujuan untuk menjelaskan strategi-strategi *personal branding* yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo untuk membangun komunikasi politik melalui unggahannya di media sosial Instagram berdasarkan empat strategi pembentukan dan pengembangan *personal branding*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah Ganjar Pranowo telah melakukan strategi pembentukan *personal branding* melalui empat strategi yang sukses membuat Ganjar Pranowo menjadi lebih dekat dengan masyarakat dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap dirinya. Usaha Ganjar Pranowo dalam membangun *personal branding* melalui media sosial membawa hasil yang memengaruhi *image* dirinya di mata masyarakat, terbukti dengan dipilihnya Ganjar Pranowo sebagai Gubernur Jawa Tengah selama dua periode.

Berangkat dari penelitian terdahulu di atas, tampaknya memiliki keterkaitan dengan judul pada pembahasan ini, yaitu mempunyai kesamaan dalam pengambilan tema tentang politik dengan masing-masing penelitian di atas bertema pilkada dan *political branding*. Namun, pembahasan ini tentang pilpres dan citra politik yang dibentuk melalui konsep *political branding* dan dibedah secara mendalam menggunakan teori semiotika segitiga makna dalam media sosial Instagram.

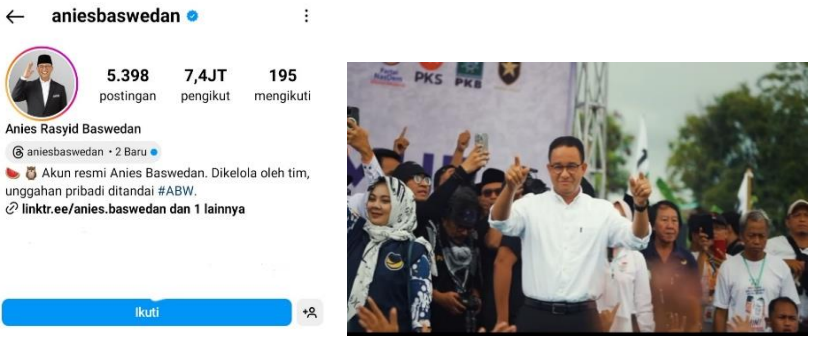
Hasil pengumpulan data penelitian diperoleh dari unggahan akun Instagram resmi @aniesbaswedan, @prabowo, dan @ganjar_pranowo yang menjadi subjek pembahasan ini. Dengan membatasi waktu periode selama 3 bulan, yaitu bulan November 2023 sampai dengan Maret 2024. Pada periode tersebut,

terdapat 472 unggahan dari Instagram @aniesbaswedan, kemudian terdapat 228 unggahan dari Instagram @prabowo, dan terdapat 378 unggahan dari Instagram @ganjar_pranowo. Dari jumlah unggahan tersebut, kemudian penulis kerucutkan menjadikan subjek penelitian hanya 10 unggahan saja yang terdiri dari 7 foto, 1 *caption* foto, dan 3 video. Hal itu mengacu pada kebutuhan dan tingkat relevansi data terhadap objek kajian berlandaskan parameter konsep maupun teoritis. Kemudian, penulis menganalisis data menggunakan teori segitiga makna C.S. Pierce untuk menemukan representasi dari konsep *Political Branding* yang terdiri dari tiga indikator, yaitu penampilan *(appearance),* personalitas *(personalities),* dan pesan kunci politik *(political key message)* pada Anies, Prabowo, dan Ganjar.

Personal Branding Anies, Prabowo, dan Ganjar pada Penampilan (Appearance)

Definisi *political branding* merujuk pada konsep penampilan yang terdapat dari teori Gelder (2003). Konsep tersebut dapat dilihat dari segi pakaian, atribut kampanye, gestur tangan *(hand sign),* gaya rambut, maupun simbol-simbol yang digunakan oleh calon presiden. Dubrin (2006) menjelaskan, dalam proses komunikasi politik, salah satu poin utama yang diperlakukan agar dapat memengaruhi khalayak target politik adalah pada sisi penampilan personal *(appearance).* Penampilan dapat diartikan sebagai bentuk citra diri yang terpancar dari seorang individu. Anies Baswedan telah memiliki 7,4 juta pengikut di akun Instagram (@aniesbaswedan) dengan 5.384 kiriman per tanggal 22 Maret 2024. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan teori semiotika *(triangle meaning),* penulis melihat bahwa Anies sering menggunakan pakaian yang khas, yaitu dengan menggunakan pakaian kemeja putih lengan panjang dengan kedua lengan

baju yang digulung, gaya pada pakaian Anies tentunya tergolong pada trikotomi tanda *(sign) qualisign*, yaitu penampilan dapat berfungsi sebagai tanda. Misalnya, warna putih kemeja Anies berlengan panjang dengan kedua lengan baju yang digulung dapat dikaitkan dengan seorang pemimpin yang sederhana dan sopan, sedangkan sepatu kulit hitam identik dengan simbol kepribadian yang memiliki kekuatan dan keberanian.

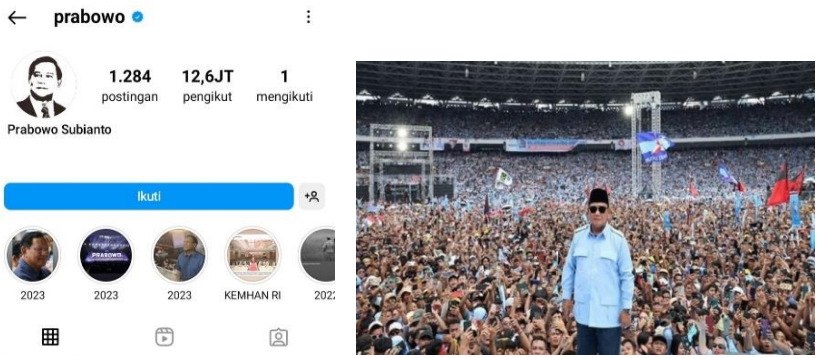


Gambar 1
Unggahan Penampilan Anies Baswedan
Sumber: Instagram Anies Baswedan

Branding pakaian yang ditampilkan oleh Anies tentunya merepresentasikan kembali gaya Joko Widodo apabila dikaitkan dengan konteks Indonesia mempunyai makna khusus di dalamnya. Dengan menggunakan pakaian gaya Jokowi, Anies ingin menunjukkan identitas dirinya sebagai sosok pemimpin yang memupuk kebersamaan bersama rakyat. Menurut Ahmad Syaikhu selaku Presiden PKS, "Anies merupakan sosok pemimpin yang mampu memupuk rasa kebersamaan, bukan menabur sentimen kebencian". Penampilan Anies melambangkan simbol yang digunakan oleh para pendiri bangsa terdahulu, seperti Presiden Indonesia ke-7 Joko Widodo. Penggunaan pakaian kemeja putih dengan lengan panjang yang dilipat dan sepatu hitam kulit yang dikenakan, yakni menunjukkan dirinya sebagai politisi yang memiliki keberanian, sederhana, dan cinta terhadap rak-

yatnya. Hal ini termasuk dalam trikotomi objek yang semakin memperkuat politik identitas Anies sebagai calon presiden.

Kemudian, Prabowo Subianto memiliki 12,4 juta pengikut pada akun Instagram (@prabowo) dengan 1.276 kiriman per tanggal 22 Maret 2024. Gaya pakaian Prabowo memiliki *branding* dan citra tersendiri. Prabowo terlihat selalu mengenakan baju yang berwarna biru muda. Penggunaan gaya pakaian Prabowo yang berwarna biru muda termasuk ke dalam trikotomi tanda *qualisign* yang jauh dari pakaian kelompok elite di mana semua lapisan masyarakat dapat menggunakan pakaian secara kasual di kehidupan sehari-hari mereka. Berdasarkan semiotika warna, biru bersifat universal dan dapat diinterpretasikan dengan sesuatu yang saling berhubungan.



Gambar 2
Unggahan Penampilan Prabowo Subianto
Sumber: Instagram Prabowo Subianto

Pengamat politik Arif Susanto menilai bahwa warna biru muda melambangkan makna pemimpin yang dapat diandalkan. Kemudian, dalam tempo.com menurut Direktur Eksekutif Parameter Politik Indonesia Adi Prayito, "Bahwa warna biru sebagai simbol dari sosok pemimpin damai, dan gembira".

Sedangkan Ganjar Pranowo memiliki 6,7 juta pengikut pada akun Instagram (@ganjar_pranowo) dengan 8.039 kiriman per

tanggal 22 Maret 2024. Ganjar Pranowo dikenal sebagai 'Si Rambut Putih' oleh beberapa warganet di media sosial. Hal ini tentunya yang menjadi pembeda antara Ganjar dan kedua capres yang lainnya memiliki *branding* dan citra tertentu.

Gambar 3
Unggahan Penampilan Ganjar Pranowo
Sumber: Instagram Ganjar Pranowo

Dalam tempo.com, menurut Presiden Joko Widodo, "Bahwa calon pemimpin dengan rambut putih seperti Ganjar merupakan pemimpin yang benar-benar memikirkan rakyat, berbeda dengan tokoh yang mengkilap dan tanpa kerutan" (Tempo, Kamis 23 November 2023).

Personalities Anies, Prabowo, dan Ganjar pada Pemilihan Capres

Personal branding Anies, Prabowo, dan Ganjar pada personalitas di antaranya, yaitu bahasa tubuh (*body language*) yang merupakan salah satu aspek terpenting dari penampilan personal masing-masing capres. Citra yang disampaikan oleh masing-masing capres harus mendukung dan meningkatkan apa yang dikomunikasikan secara verbal karena *image* visual harus dapat menarik masyarakat agar masyarakat lebih meyakini bentuk komunikasi nonverbal yang diberikan oleh masing-masing capres.

Menggunakan *body language* dalam strategi pencitraan politik merupakan salah satu cara untuk dapat meningkatkan penampilan diri. @sandissukron yang dikenal dengan konten 'Trio Netizen Julid'. Dalam video itu, tiga orang konten kreator secara langsung mengkritik Anies yang akan maju sebagai calon presiden pada Pilpres 2024. Dalam unggahan yang sudah mendapatkan lebih dari 12,8 juta tayangan, Anies hanya tersenyum dan tertawa menanggapi kritikan dari tiga anak muda tersebut.

Gambar 4
Tangkapan Layar Instagram pada Personalities Anies Baswedan
Sumber:Instagram @sandissukron

Selain itu, Anies juga pernah muncul dalam sebuah acara televisi yang mengharuskannya di-*roasting* oleh salah satu pembawa acara. Cuplikan acara tersebut kembali viral di media sosial X (dulu Twitter) setelah Kiky Saputri, komika yang me-*roasting* Anies, buka suara terhadap sikap Anies yang tidak terbawa perasaan atau baper ketika di-*roasting*. Menurut Kiki Saputri, "Jujur beliau keren banget. Waktu protokolernya minta ke pihak TV ada yang di-*cut*, beliau dengan tegas bilang 'Gak usah ada yang di-*cut*, tayangin aja semua. Ini salah satu bentuk kebebasan berbicara'," tulis Kiky Saputri dalam unggahannya di akun X pribadi, dikutip Kamis, 23 November 2023. Dalam kajian komunikasi politik, salah satu indikator dalam menilai kredibilitas seorang komunikator politik adalah mempunyai kemampuan menyang-

kut pengetahuan, kepercayaan, dan kejujuran (Fitriayasa, 2004). Hubungan capres dengan masyarakat merupakan bentuk komunikasi persuasif yang memengaruhi pandangan masyarakat. Menurut K. Andeerson, perilaku komunikasi bertujuan untuk mengubah pandangan sikap maupun perilaku melalui penyampaian pesan, dan dapat dilihat dari gaya bicara calon presiden (Mulyana, 2005).

Kemudian, pada capres nomor urut dua, yaitu prabowo, kini masyarakat lebih mengenal beliau degan sebutan 'gemoy' yang dapat diartikan lucu dan menggemaskan. Dengan demikian, banyak *influencer* yang sudah menjalin kerja sama dengan Prabowo dengan *live streaming* yang dilakukan oleh Raffi Ahmad saat safari di Lampung, Kamis, 11 Januari 2024. Dalam Tempo, Komandan Fanta (pemilih muda) Tim Kampanye Nasional (TKN) menyebutkan, "Citra gemoy paling ampuh pada platform media sosial Instagram karena lebih menyasar anak muda".

Gambar 5
Tangkapan Layar Instagram pada Personalities Prabowo Subianto
Sumber: Instagram Prabowo Subianto

Tentunya prabowo selalu berjoget selama masa kampanye, kemudian tarian tersebut dinamakan 'joget gemoy' oleh warganet di media sosial yang merupakan julukan sayang dari para pendukungnya.

Adapun pada capres nomor urut tiga, yaitu Ganjar Pranowo mendapatkan julukan 'Ketua Penguin' terutama di jagad media sosial karena selain rambutnya yang putih, Ganjar juga merupakan sosok yang tenang diibaratkan sebagai penguin yang dapat mencairkan suasana. Kemudian, Ganjar selalu memperkenalkan salam tiga jari merapat yang merujuk pada nomor urutnya, yaitu nomor tiga, salam tiga jari tentunya memiliki arti tersendiri di antaranya, yaitu taat kepada Tuhan, patuh kepada hukum, dan setia pada rakyat.

Gambar 6
Tangkapan Layar Instagram pada Personalities Ganjar Pranowo
Sumber: Instagram Ganjar Pranowo

Identiknya penggunaan simbol tangan *(hand gesture)* ini digunakan ketika audiens sedang menyaksikan kampanye politik. Kemudian, pada saat meminta dukungan sehingga simbol jari ini menunjukkan dukungan masyarakat terhadap Ganjar sebagai kandidat politik yang diidolakan. Selain itu, simbol tangan tersebut juga termasuk kategori dari objek yang berarti suatu tanda yang memiliki hubungan dengan penanda. Tentunya performa tersebut menjadi suatu hal yang tidak dapat dipandang mudah untuk menjelaskan sosok Ganjar sebagai seorang komunikator politik.

Pesan Kunci Politik Anies, Prabowo, dan Ganjar pada Pemilihan Capres 2024

Berdasarkan rujukan dari konsep *political branding*, pada kategori ini terbagi ke dalam lima konsep indikator di antaranya berupa janji politik, gagasan politik, aspirasi, harapan, nilai, dan ideologi politik kandidat. Dalam hal ini, syarat yang perlu diperhatikan dalam menyusun pesan politik harus bersifat persuasif atau membujuk yang di antaranya, menentukan tema dan materi yang sesuai dengan kondisi dan situasi yang sedang terjadi di masyarakat. Kemudian, syarat utamanya mampu membangkitkan semangat dan perhatian terhadap pesan-pesan yang disampaikan (Arifin, 2006).

Dari beberapa *posting*-an yang diunggah di Instagram tersebut, yang menjadi pesan kunci politik Anies sesuai analisis menggunakan semiotika segitiga makna disimpulkan bahwa aspek pesan politik menunjukkan bahwa Anies memiliki perasaan sosok pemimpin yang ingin memupuk kebersamaan bersama rakyat Indonesia. Ideologi tersebut tak lepas dari tiga strategi Anies dalam memperkuat pertahanan siber dan satelit. Selain itu, gagasan politik Anies ingin menunjukkan bentuk kepedulianya terhadap rakyat dan negara Indonesia, khususnya dalam membentuk pertahanan negara yang tangguh di bidang siber, kecerdasan buatan, dan satelit untuk informasi *geospatial* guna memperkuat ketahanan Indonesia. Stretegi pertama, yaitu membangun sistem yang kokoh, komprehensif yang melibatkan seluruh masyarakat, kemudian strategi kedua, yaitu pengadaan teknologi terbaru, dan strategi ketiga, yaitu memperkuat pertahanan negara di bidang siber, kecerdasan buatan, dan satelit, yakni membuat mekanisme untuk merespons balik apabila terjadi serangan secara cepat karena serangan siber merupakan ancaman bagi negara Indonesia. Dalam nuonline.com, menurutnya, "Kita

harus memiliki mekanisme untuk bangkit dan serang balik sehingga memiliki kecepatan untuk kembali ketika serangan siber terjadi". Haroen (2014) menyebutkan bahwa identitas pribadi mengenai kualitas dan nilai yang dimiliki seseorang dapat menciptakan respons emosional orang lain. Identitas tersebut meliputi kemampuan, keunggulan, dan reputasi yang memperlihatkan keunggulan dalam bidang tertentu. Sehingga janji yang menjadi nilai jual utama Anies adalah sikap optimistisnya sebagai pribadi yang akan menjamin bahwa Indonesia mampu memperkuat pertahanan siber dan satelit.

Sedangkan yang menjadi aspek pesan kunci politik Prabowo adalah terdapat daftar enam janji Prabowo, di antaranya meningkatkan produktivitas pertanian, menambahkan program kartu kesejahteraan, menaikkan gaji ASN, membuat pembangunan desa dan pemberian BLT, mendirikan Badan Penerimaan Negara. Selain itu, janjinya memberi makan siang gratis kepada seluruh anak Indonesia, termasuk mereka yang masih di dalam kandungan. Dengan makanan yang diberikan berharap generasi yang akan datang akan mampu menyongsong Indonesia makmur.

Kemudian yang menjadi aspek pesan kunci politik Ganjar di antaranya, menciptakan lapangan kerja yang mudah diakses oleh perempuan. Kedua, mewujudkan legislasi anggaran yang memadai untuk jaminan kesehatan bagi pekerja wanita pada keikutsertaan BPJS Ketenagakerjaan. Ketiga, membuat aturan dan anggaran yang memadai untuk unit psikologi di setiap puskesmas guna penanganan kesehatan mental perempuan, anak, masyarakat. Keempat, membentuk satgas pencegahan dan penanganan kekerasan seksual di setiap satuan lembaga pendidik untuk negeri dan swasta. Kelima, membuat perubahan peningkatan keterwakilan perempuan dalam keanggotaan dan Badan Per-

wakilan Desa (BPD). Keenam, mendorong keterwakilan perempuan dengan disabilitas di posisi pengambilan keputusan di pemerintahan pada semua tingkatan dan pemerintahan di semua tingkatan dan memastikan hak-hak asasi perempuan adat, perempuan petani, dan perempuan pesisir. Terakhir, mewujudkan desa, kampung, dan kota ramah perempuan serta para lanjut usia. Agar muncul rasa kepuasan khalayak, pesan-pesan tersebut disampaikan dengan menggambarkan hal-hal yang bisa dilakukan serta memberikan visualisasi visi dan misi di benak khalayak sehingga dapat meyakinkan khalayak untuk memilih Ganjar.

Citra Capres 2024

Pembentukan *personal branding* merupakan landasan utama pada sebuah *political branding*. Berdasarkan analisis data penelitian *branding* Anies melalui sumber data Instagram mempunyai peranan penting dalam penyampaian pesan selama masa kampanye politik. Adapun terciptanya *personal branding* tersebut merujuk pada diferensiasi sosok Anies. Hal itu dapat dilihat dari interpretasi dari konsep tanda teori segitiga makna *(triangle meaning theory*) yang di antaranya

1. berwatak tegas;
2. berfisik sehat dan juga pintar;
3. mempunyai kepribadian yang religius;
4. optimistis; dan
5. religius.

Sementara itu, *personal branding* Prabowo yang dibentuk di Instagram juga mempunyai ciri khas dan *branding* tersendiri, maka interpretasi makna *branding* yang dimiliki Prabowo juga mempunyai kemasan baru yang tidak berdasarkan perilaku meniru.

Adapun personal *branding* Prabowo di antaranya, yaitu

1. berprilaku humor;
2. memosisikan sebagai kaum milenial;
3. beridentitas sebagai kaum elit; dan
4. berfisik sehat dan juga lincah.

Kemudian berdasarkan analisis data penelitian *branding* Ganjar melalui sumber data Instagram, mempunyai peranan penting dalam penyampaian pesan selama masa kampanye politik. Adapun terciptanya *personal branding* tersebut merujuk pada diferensiasi sosok Ganjar di antaranya

1. menunjukkan kesederhanaan;
2. memosisikan sebagai pemimpin yang sangat dekat dengan rakyat;
3. berjiwa nasionalis; dan
4. pemimpin yang memprioritaskan hak perempuan di Indonesia.

Pentingnya untuk membangun *personal branding* guna menunjukkan kepada terkait daya tarik yang berkesan positif sehingga layak dipilih oleh masyarakat. Berdasarkan kajian teoretis, *personal branding* adalah identitas pribadi mengenai kualitas dan nilai yang dimiliki aktor politik seperti kepribadian, kemampuan, dan nilai yang kemudian stimulus-stimulus tersebut menimbulkan persepsi positif dari masyarakat sehingga dapat menciptakan respons terhadap orang lain (Haroen, 2014).

ANIES BASWEDAN (CAPRES NO. 1)		
Penampilan	**Kepribadian**	**Pesan Kunci Politik**
Penggunaan pakaian kemeja putih dengan lengan panjang yang dilipat dan sepatu hitam kulit yang dike-	Tidak antikritik	Membentuk pertahanan negara yang tangguh di bidang siber, kecerdasan buatan, dan satelit untuk informasi *geospatial* guna

nakan yakni menunjukkan dirinya sebagai politisi yang memiliki keberanian, sederhana dan cinta terhadap rakyatnya.		memperkuat ketahanan Indonesia.

PRABOWO SUBIANTO (CAPRES NO. 2)		
Penampilan	**Kepribadian**	**Pesan Kunci Politik**
Prabowo terlihat selalu mengenakan baju yang berwarna biru muda. Penggunaan gaya pakaian Prabowo yang berwarna biru muda termasuk ke dalam trikotomi tanda *qualisign* yang jauh dari pakaian kelompok elite di mana semua lapisan masyarakat dapat menggunakan pakaian secara kasual di kehidupan sehari-hari.	Prabowo selalu berjoget selama masa kampanye, kemudian tarian tersebut dinamakan 'joget gemoy' oleh warganet di media sosial, yang merupakan julukan sayang dari para pendukungnya.	Terdapat daftar enam janji Prabowo, di antaranya, meningkatkan produktivitas pertanian, menambahkan program kartu kesejahteraan, menaikkan gaji ASN, membuat pembangunan desa dan pemberian BLT, mendirikan Badan Penerimaan Negara. Selain itu, janjinya memberi makan siang gratis kepada seluruh anak Indonesia, termasuk mereka yang masih di dalam kandungan. Dengan makanan yang diberikan berharap generasi yang akan datang akan mampu menyongsong Indonesia makmur.

GANJAR PRANOWO (CAPRES NO. 3)		
Penampilan	**Kepribadian**	**Pesan Kunci Politik**
Ganjar Pranowo di-kenal sebagai 'Si Rambut Putih' oleh beberapa netizen di sosial media. Hal ini tentunya yang menjadi pembeda antara Ganjar dan kedua capres yang lain-nya. Memiliki *branding* dan citra tertentu.	Ganjar Pranowo, mendapatkan julukan 'Ketua Penguin' terutama di jagad media sosial karena selain rambutnya yang putih, Ganjar juga merupakan sosok yang tenang yang diibaratkan sebagai penguin yang dapat mencairkan suasana. Kemudian, Ganjar selalu memperkenalkan salam tiga jari merapat yang merujuk pada nomor urutnya, yaitu nomor tiga. Salam tiga jari tentunya memiliki arti tersendiri di antaranya, yaitu taat kepada Tuhan, patuh kepada hukum, dan setia pada rakyat.	Menciptakan lapangan kerja yang mudah diakses oleh perempuan. Kedua, mewujudkan legislasi anggaran yang memadai untuk jaminan kesehatan bagi pekerja wanita pada keikutsertaan BPJS Ketenagakerjaan. Ketiga, membuat aturan dan anggaran yang memadai untuk unit psikologi di setiap puskesmas guna penanganan kesehatan mental perempuan, anak, masyarakat. Keempat, membentuk satgas pencegahan dan penanganan kekerasan seksual di setiap satuan lembaga pendidik untuk negeri dan swasta. Kelima, membuat perubahan peningkatan keterwakilan perempuan dalam keanggotaan dan Badan Perwakilan Desa (BPD). Keenam, mendorong keterwakilan perempuan dengan disabilitas di posisi pengambilan keputusan di pemerintahan pada

		semua tingkatan dan pemerintahan di semua tingkatan dan memastikan hak-hak asasi perempuan adat, perempuan petani, dan perempuan pesisir. Terakhir, mewujudkan desa, kampung, dan kota ramah perempuan dan para lanjut usia.

Penutup

Dari pembahasan yang telah dijabarkan, dapat ditarik kesimpulan bahwa pembentukan *political branding* Anies, Prabowo, dan Ganjar dibentuk melalui tiga jenis pendekatan konsep, seperti penampilan (*appereance*), personalitas (*personalities*) dan pesan kunci politik (*political key message*). Bahkan, lebih spesifik, yaitu adanya pembangunan hubungan dengan masyarakat. Tentunya, masing-masing calon pemimpin mempunyai ideologi dan intelektual yang menarik. Ketiga calon presiden ini menampilkan citra yang kuat guna menancapkan *positioning* dibenak hati masyarakat. Hal itu dapat dilihat dari penampilan, kepribadian, maupun pesan-pesan politik yang berbeda sehingga mempunyai identitas sendiri untuk mudah dikenali oleh masyarakat.

Daftar Pustaka

Agil Try Julianto Rizky. (2024). *Analisis Komunikasi Politik Prabowo Subianto di Media Sosial Menjelang Kontestasi Pemilihan Presiden* 2024. Prosiding Seminar Nasional pp. 673–680.

Anshari, F. (2013). *Komunikasi Politik di Era Media Sosial*. Jurnal Komunikasi, Vol 8 No 1, hal. 91–101

Anshori, A. (2018). *Pengaruh Iklan Politik Terhadap Persepsi Pemilih Kota Medan Tahun 2018*. *Jurnal Interaksi*. 2(2), hal. 132–144.

Alam, S. (2021). *Penggunaan Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Politik.* Avant Garde: Jurnal Ilmu Komunikasi, 68–78.

Aryadillah. (2024). *Strategi Kampanye Politik Anies Baswedan dalam Membangun Citra Politik Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024. Jurnal Public Relations-Jpr*. 3(4). 87–92.

Arifin, Anwar. (2006). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Downer, L. (2013*). Political Branding in Australia: a Conceptual Model. 63rd Political Studies Association Annual International Conference*. Cardiff: Political Studies Association.

Dubrin Andrew J., (2005). *Leadership (Terjemahan), Edisi Kedua, Prenada Media*, Jakarta.

Effendy, O.U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi.Bandung*: Citra Aditya Bakti.

Firmanzah. (2008). *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Yayasan Obor Indonesia.

Indra, D., & Wahid, U. (2021). *Tinjauan Literatur: Digital Komunikasi Politik Anies Baswedan. Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 228–239.

Kaplan, A, & Haenlein, M. (2010). *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons. 53(1), hal. 59–68.

Gelder, S.V. (2003). *Global Brand Strategy: Unlocking Brand Potential Across Countries.* London: Kogan Page.

Mulyana, Dedi. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Karaduman, İ. (2013). *The Effect of Social Media on Personal Branding Efforts of Top Level Executives. Procedia - Social and Behavioral Sciences,* Vol 99, hal. 465–473.

Kaplan, A, & Haenlein, M. (2010). *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media.* Business Horizons, Vol 53 No 1, hal. 59–68.

Kotler, Philip dan Keller, Kelen. (2012). Manajemen Pemasaran. Erlangga: Jakarta.

Pawito. (2015). *Komunikasi Politik : Media Masa dan Kampanye Pemilihan*. Yogyakarta: Jalasutra.

Petruca, I. (2016). *Personal Branding Through Social Media. International Journal of Communication Research.* 6(4), hal. 389–392.

Putra, O. D., Sufa, S. A., & Ratnasari, E. (2022). *Political Branding Ganjar Pranowo melalui Media Sosial Instagram @ganjar_pranowo*. Restorica: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara dan Ilmu Komunikasi, 1–16.

Rangkuti, F. (2013). *Strategi Semut Melawan Gajah.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Rahmah, S. (2021). *Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram*. Jurnal : Ilmu Komunikasi. 5(1), 94–101.

Sarihati, T., Lutfhie, M., & Kurniadi, B. (2019). *Komunikasi Politik, Media Massa, dan Opini Publik. Depok*: PT Rajagrafindo Persada.

Sumbo, Tinarbuko. (2009). *Iklan Politik dalam Realitas Media*. Yogyakarta: Jalasutra.

Susanto, E. H. (2017). *Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik.* Jurnal ASPIKOM. 3(3), hal. 379.

Syifaur Rahmah. (2021). *Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram*. Jurnal Ilmu Komunikasi. 5(1). 94–101.

Wibisono, I., & Nusantara, A. B. (2022). *Pola komunikasi Politik Ganjar Pranowo Melalui Akun Youtube @ganjarpranowo dalam Menyikapi Isu Intelektiva*. 3(10), 70–88.

Arissy Jorgi Sutan

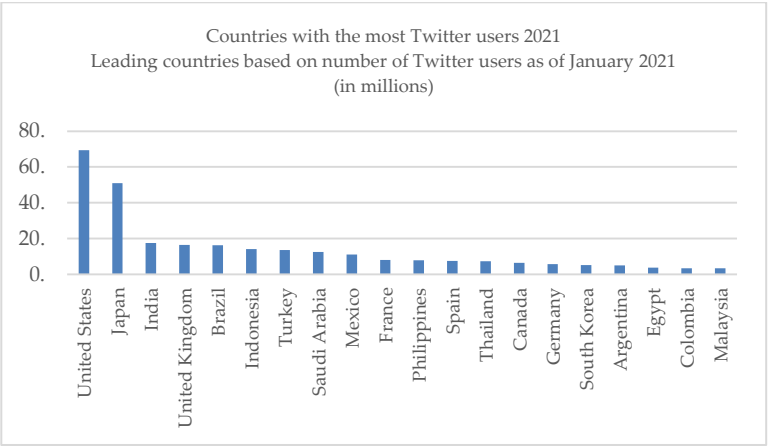
MEDIA SOSIAL DI MASA PANDEMI: MEDIA SOSIAL DIGUNAKAN UNTUK MENOLAK DISKRIMINASI RASIAL KASUS KAMPANYE #AsianLivesMatter DI AMERIKA SERIKAT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui media sosial seperti apa yang digunakan untuk menolak diskriminasi rasial dan berfokus pada kasus #AsianLivesMatters, gerakan kampanye di media sosial Twitter. Media sosial membawa dimensi baru tentang bagaimana orang berinteraksi; Menggunakan media sosial dapat memungkinkan netizen untuk berpartisipasi dan memberikan ide atau suara yang meningkat dari masalah sosial (Checker, 2017). Dalam kasus media sosial dan kampanye serta gerakan, ada beberapa kasus di masa lalu seperti Gerakan Payung, Gerakan Musim Semi Arab dan yang terjadi pada tahun 2020 lalu (kecelakaan Gorge Floyd) yang menggunakan #Black LivesMatter (Sedikit, 2016).

Media sosial telah menjadi tempat sentral untuk menyebarkan pengaruh dan narasi untuk menanggapi masalah sosial dan mengoordinasikan massa untuk mengambil tindakan (Ince *et al*., 2017). Di sisi lain, media sosial bisa menjadi alternatif untuk mencukur narasi lebih murah dibandingkan media lainnya. Media sosial memainkan peran sentral dalam beberapa gerakan dan kampanye di masa lalu, seperti selama Musim Semi Arab di Mesir, protes menggunakan media sosial sebagai platform, dan pe-

merintah memaksa akses internet (Coban, 2016).

Begitu beragamnya platform media sosial yang digunakan untuk membagikan konten gerakan tersebut. Salah satu platform media sosial yang ada adalah Twitter. Menurut data statisca.com, ada akses pengguna ke media sosial Twitter, penjelasannya pada Gambar 1 dan Tabel 1.



Gambar 1
Akses pengguna Twitter berdasarkan negara
Sumber: Statisca.com (2021)

Tabel 1
10 Akses Pengguna Twitter Teratas berdasarkan Negara

Tidak	Negara	Hitung (Jutaan)
1	Amerika Serikat	69,3
2	Jepang	50,9
3	India	17,5
4	Inggris Raya	16,45
5	Brasil	16,2
6	Inggris	14,05
7	Turki	13,6
8	Arab Saudi	12,45
9	Meksiko	11
10	Prancis	8

Sumber: Statisca.com (2021)

Kita dapat melihat bahwa media sosial Twitter memiliki banyak pengguna di AS, dengan 969,3 Juta pengguna dari data. Selain itu, juga termasuk beberapa negara di Asia, Amerika Selatan, dan Eropa. Pembahasan ini mencoba mengetahui media sosial seperti apa yang digunakan untuk menolak diskriminasi rasial yang digunakan #AsianLivesMatters. Pembahasan ini berusaha menjawab tiga pertanyaan, yaitu:

Q1: Apa jenis konten atau tema yang menjadi tren dalam kasus kampanye #AsianLivesMatters?

Q2: Apa jenis hubungan media sosial *hashtag* dalam kasus kampanye #AsianLivesMatters?

Q3: Narasi media sosial seperti apa yang menyebar dalam kasus kampanye #AsianLivesMatters?

Dampak Media Sosial pada Gerakan Sosial

Media sosial memberikan dampak dan kesempatan kepada gerakan sosial atau kampanye meningkatkan suara dan platform hak untuk berbagi narasi jika terjadi gerakan sosial (Burrows, 2016; Fernandez-Wulff & Yap, 2020; Tsatsou, 2018). Selain itu, media sosial memberikan kebebasan berbicara dan berinteraksi dalam dimensi digital. Dalam kasus isu sosial-politik di media sosial, pembicaraan mungkin tidak secara otomatis memberikan hasil untuk menyelesaikannya, tetapi dengan suara, protes media sosial, dan narasi media sosial yang tersebar dapat menarik perhatian publik dan keterlibatan politik di media sosial sebagai ruang publik (Burke & Sen, 2018; Soares, 2018; Sorell, 2015). Media sosial memberikan perubahan netizen untuk mempromosikan gerakan sosial dan kampanye untuk memulai aksi untuk menanggapi masalah sosial.

Media sosial menawarkan kebebasan berbicara. Dalam hal ini, setiap orang dengan bebas memberikan suara dan pernyata-

an (Melissa Brown *et al*., 2017). Menggunakan media sosial adalah pilihan yang tepat bagi masyarakat untuk berdebat, berinteraksi, dan mendiskusikan masalah sosial (Ozturkcan *et al*., 2017), untuk menolak semua berbagai diskriminasi. Kampanye ini dapat memengaruhi platform media sosial. Masyarakat mampu dan menarik peserta baru untuk bergabung dengan gerakan (Zheng &; Yu, 2016).

Media Sosial dan Rasisme

Rasisme menjadi musuh bersama dalam kehidupan sosial, seperti di beberapa negara yang masih muncul rasisme sebagai masalah utama, dan masalah ini dapat bertransformasi di media (Behnken, Brian D & Smithers, 2015). Rasisme, dalam hal ini, menjadi lebih signifikan ketika masyarakat menerima rasisme dalam kehidupan sehari-hari mereka. Ia dapat melihat dengan supremasi dan basis prioritas ras, agama untuk menekan yang lain dengan basis agama atau ras (Michelle Brown, 2018). Media sosial dapat menjadi platform untuk menolak rasisme, tetapi pada saat yang sama, berpotensi digunakan untuk menggertak seseorang berdasarkan rasisme (Farrington *et al*., 2014). Rasisme dalam praktiknya di media sosial berkonsentrasi pada pemaksaan individu (Downing &; Suami, n.d.). Rasisme juga dapat melihat krisis dalam hubungan sosial yang menjadi lebih besar ketika masyarakat menerima rasisme (Cottle, 2005).

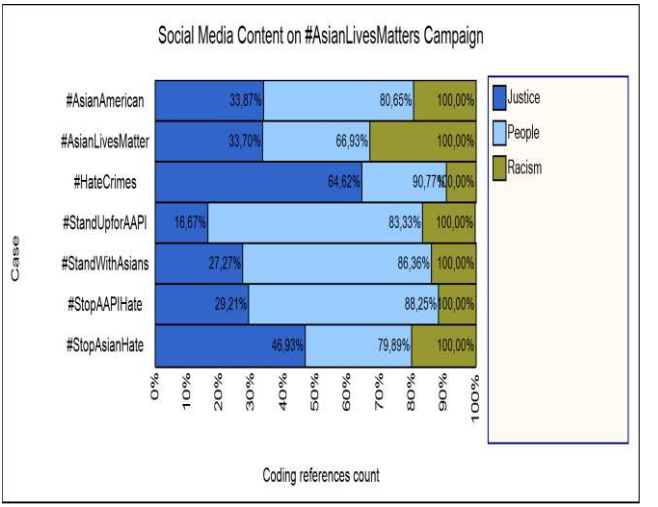
Artikel ini menggunakan tujuh tagar terkait kampanye *#AsianLivesMatter* di media sosial Twitter. Deskripsi *hashtag* pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2
Deskripsi Hashtag

Tagar	Deskripsi	Pengambilan Waktu
#AsianAmerican	Pertunjukan komunitas Asia-Amerika adalah bagian dari negara	19-03-2021
#AsianLivesMatters	Menyediakan orang-orang Asia harus bebas dari diskriminasi	19-03-2021
#HateCrimes	Menunjukkan rasisme di beberapa bagian kejahatan	19-03-2021
#StandUpforAAPI	Menunjukkan dukungan kepada komunitas Asia-Amerika dan Kepulauan Pasifik.	19-03-2021
#StandWithAsian	Menunjukkan dukungan kepada komunitas Asia.	19-03-2021
#StopAAPIHate	Menunjukkan penolakan kebencian terhadap komunitas Asia-Amerika dan Kepulauan Pasifik	19-03-2021
#StopAsianHate	Menunjukkan penolakan membenci komunitas Asia	19-03-2021

Konten atau Tema di Media Sosial Penyebaran Kampanye #AsianLivesMatter

Bagian ini mencoba mengetahui konten atau tema yang tersebar di media sosial tentang #AsianLivesMatter. Analisis ini menggunakan tiga node atau tema sentral untuk mengklasifikasikan kecenderungan *hashtag* media sosial. Pembahasan ini menggunakan tiga simpul: keadilan, orang, dan rasisme. Penjelasan pada Tabel 3 dan Gambar 2 sebagai berikut.



Gambar 2
Konten media sosial dipelopori di #AsianLivesMatter

Tabel 3
Konten media sosial dipelopori di #AsianLivesMatter

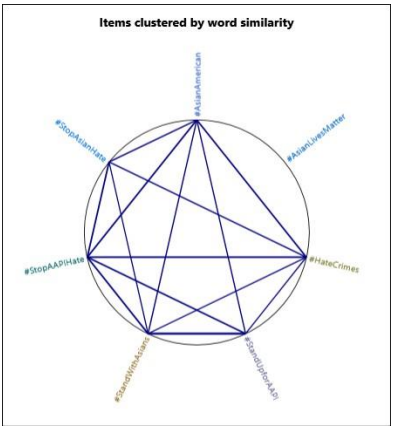
Hahstags	Keadilan	Ramban	Rasisme	Seluruh
#AsianAmerican	33,87%	46,77%	19,35%	100%
#AsianLivesMatter	33,7%	33,23%	33,07%	100%
#HateCrimes	64,62%	26,15%	9,23%	100%
#StandUpforAAPI	16,67%	66,67%	16,67%	100%
#StandWithAsians	27,27%	59,09%	13,64%	100%
#StopAAPIHate	29,21%	59,05%	11,75%	100%
#StopAsianHate	46,93%	32,96%	20,11%	100%
Seluruh	33,78%	33,57%	32,66%	100%

Kita dapat melihat bahwa di sana didefinisikan dalam tiga node; keadilan, orang, dan rasisme. Simpul keadilan tertinggi adalah #HateCrimes dengan skor 64,62%, tempat kedua adalah #StopAsian Hate dengan hasil 46,93%, dan tempat ketiga adalah #AsianAmerican dengan hasil 33,87%. Jumlah penduduk tertinggi adalah #StandUpforAAPI dengan hasil 66,67%; tempat kedua adalah #StandWithAsians dengan hasil adalah 59,09%, tempat ketiga adalah #StopAAPIhate dengan hasil 59,05%. *Nodes of*

Racism tertinggi adalah #AsianLievsMatter dengan hasil 33,07%, tempat kedua adalah #StopAsianHate dengan 20,11% dan tempat ketiga adalah #AsianAmerican dengan 19,35%. Node dominasi analisis ini adalah keadilan dengan 33,78%, orang kedua dengan 33,57%, dan rasisme ketiga dengan 32,66%.

Hubungan Media Sosial pada Kampanye #AsianLivesMatter

Analisis ini menggunakan analisis *cluster* sebagai alat untuk mengetahui seperti apa hubungan *hashtag* tersebut. Berikut penjelasannya pada gambar 3 dan tabel 4.



Gambar 3
Hubungan Media Sosial pada Kampanye #AsianLivesMatter

Tabel 4
5 Hubungan Media Sosial Teratas di Kampanye #AsianLivesMatter

Tagar A	Tagar B	Koefisien Korelasi Pearson
#StandWithAsians	#StandUpforAAPI	0,963673
#StopAAPIHate	#HateCrimes	0,713545
#StopAAPIHate	#StandWithAsians	0,713437
#StopAAPIHate	#AsianAmerican	0,708664
#StopAAPIHate	#StandUpforAAPI	0,698482

Data menunjukkan bahwa analisis *cluster* menggunakan batas bawah 0,5 dan batas atas 1 titik dari skala 1,0, dan -1. Lima relasi teratas menggunakan batas bawah 0,5 poin karena kita dapat melihat bahwa yang tertinggi adalah #StandsWithAsians dan #StandUpforAPPI dengan 0,963673 poin. tempat kedua adalah #StopAAPIHate dan #HateCrimes dengan 0,713545 poin. Tempat ketiga adalah #StopAAPIHate dan #StandWithAsian dengan 0,713437 poin. Tempat keempat adalah #StopAAPIHate dan #AsianAmerika 0,708664 poin. Lima tempat adalah #Stop AAPIHate dan #StandUpforAAPI dengan 0,698482 poin.

Narasi tersebar di Media Sosial tentang Kampanye #AsianLivesMatter

Analisis ini menggunakan analisis Word Cloud untuk mengetahui narasi media sosial yang tersebar di kampanye #Asian LivesMatter. Analisis ini menggunakan mengumpulkan kata populer pada kampanye #AsianLivesMatter yang ditampilkan pada gambar di 100 teratas, dan tabelnya adalah 10 besar kata populer—bagian analisis pada gambar 4 dan tabel 5 mengikuti.

Gambar 4
Narasi Media Sosial pada Kampanye #AsianLivesMatter

Tabel 5

10 Kata dan Narasi Populer di Kampanye #AsianLivesMatter

Kata	Hitung
People	31.617
#stopasianhate	30.594
Asian	21.252
Violent	20.009
Offender	19.942
#asianlivesmatter	18.877
#stopaapihate	15.463
World	12.903
America	12.129
White	10.922

Dari data tersebut, kita dapat melihat kata tertinggi adalah "*people*," dengan 31.617 hitungan. Kedua, #stopasianhate dengan 30.594 hitungan. Ketiga, Asian dengan 21.252 hitungan. Selain itu, narasi mendominasi dengan satu kata yang menunjukkan untuk menolak rasisme di media sosial. *Hashtag* juga muncul untuk berbagi pengaruh dan menarik netizen agar berpartisipasi atau menyadari kampanye. Adanya narasi dominan pada media sosial menjadikan salah satu bentuk pada *social media activism* yang masif menggunakan tema-tema yang populis untuk menyebarkan narasi dan menjadikan narasi yang digaungkan mendapatkan *traffic* atau pasarnya (Day & Skulsuthavong, 2021; Moorman, 2020; Winter *et al*., 2020; Zúñiga *et al*., 2021).

Dari hasil analisis, kita dapat melihat bahwa ada tiga poin:

1. Tema atau konten media sosial didefinisikan dalam tiga tema utama: keadilan, orang, dan, rasisme. Tiga tema sentral dapat mewakili konten media sosial. Hasil dari tiga tema sentral adalah keadilan 33,78%, orang 33,57%, dan rasisme 32,66%. Hal ini menunjukkan media sosial dapat menyebarkan kon-

ten untuk menolak diskriminasi rasial dengan berkonsentrasi pada tiga tema utama (Miladi, 2016; Poell *et al*., 2016).

2. Hubungan *hashtag* telah muncul dan cukup kuat karena hubungan dapat melihat pada batas bawah 0,5 dan batas atas 1 poin. Hubungan tertinggi adalah #StandsWithAsians dan #StandUpforAPPI dengan 0,963673 poin. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi pada antar-*hashtags* yang menunjukkan bahwa tiap *hashtags* memiliki korelasi terkait dengan tujuan yang sama, serta memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lainnya (Conway, 2020; Hunt & Gruszczynski, 2021; Kalina, 2020; Kluch, 2020; Tyson *et al*., 2021).
3. Narasi. Kampanye #AsianLivesMatter didominasi oleh kata-kata tunggal dan tagar untuk mengangkat suara, menyebarkan narasi, dan menunjukkan ketidaksepakatan dengan diskriminasi rasial. Dengan menggunakan tagar, setiap *posting*-an yang memiliki narasi serta tujuan sejenis dapat dihimpun dalam satu lingkup yang sama (Day & Skulsuthavong, 2021; Lievrouw, 2023; Mutsvairo & Rønning, 2020; Park *et al*., 2020).

Analisis ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial pada aktivisme digital dapat dilihat dalam tiga kelompok besar. Lingkup pertama adalah penyebaran tema dan konten sebagai media informasi menunjukkan bahwa media sosial untuk menyebarkan konten serta tema yang diusung dalam gerakan sosial (Davis & Straubhaar, 2020; Day & Skulsuthavong, 2021; Janes & Sandell, 2019; Lievrouw, 2023; Mutsvairo & Rønning, 2020; Park *et al*., 2020; Rochefort, 2020; Suwana, 2020). Lingkup kedua adalah dengan adanya media sosial menunjukkan setiap *posting*-an serta akun dapat dihimpun dalam satu kesatuan yang memiliki kesamaan tujuan dan juga memiliki cita-cita yang sama (Grant & Smith, 2021; Miller *et al*., 2021; Ranchordas *et al*., 2022; Thorsen & Sreedharan, 2019). Lingkup ketiga pada narasi, pada pengem-

bangan media sosial dalam upaya penyebaran narasi yang diusung menjadi lebih cepat dibandingkan dengan media konvensional. Selain itu, media sosial juga memberikan kecenderungan untuk dapat terus menyebarkan narasi yang masif (Gómez-Carrasco *et al*., 2021; Ibahrine, 2020; Jain, 2020; Salamon, 2020).

Penutup

Dari tiga poin, kita bisa melihat bahwa media sosial menyebarkan narasi diskriminasi penolakan rasial (Chu, 2018; Lee & Chan, 2016; Wilson, 2017). Konten dapat didefinisikan dalam tiga tema sentral: keadilan, rasisme, dan orang. Hubungan masih muncul dan kecenderungan cukup kuat dengan tertinggi adalah #StandsWithAsians dan #StandUpfor APPI dengan 0,963673 poin. Narasi yang disebarkan didominasi oleh satu kata dan *hashtag* untuk menyebarkan pengaruh dan menarik netizen untuk berpartisipasi. Pembahasan ini juga memiliki keterbatasan, seperti berfokus pada fenomena media sosial #AsianLivesMatters tanpa mencoba untuk mengetahui seperti apa motif kampanye. Rekomendasi penelitian lain mencoba membandingkan dengan gerakan lain. Pembahasan ini memiliki limitasi, yaitu berfokus pada segmentasi media sosial sehingga penelitian ke depannya dapat berfokus pada lingkup media konvensional dalam lingkup gerakan sosial.

Daftar Pustaka

Behnken, Brian D & Smithers, G. D. (2015). *Racism in American Popular Media From Aunt Jemima to the Frito Bandito*.

Brown, Melissa, Ray, R., Summers, E., & Fraistat, N. (2017). #SayHerName: a case study of intersectional social media activism. *Ethnic and Racial Studies*, *40*(11), 1831–1846. https://doi.org/10.1080/01419870.2017.1334934

Brown, Michelle. (2018). Media, Crime and Racism. In *Media, Crime and Racism*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-71776-0

Burke, B. R., & Şen, A. F. (2018). Social media choices and uses: comparing Turkish and American young-adults' social media activism. *Palgrave Communications*, *4*(1). https://doi.org/10.1057/s41599-018-0090-z

Burrows, E. (2016). Chronicling the land rights movement: The democratic role of Australian Indigenous land rights publications. *Media International Australia*, *160*(1), 114–126. https://doi.org/10.1177/1329878X16646218

Checker, M. (2017). Stop FEMA Now: Social media, activism and the sacrificed citizen. *Geoforum*, *79*, 124–133. https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2016.07.004

Chu, D. S. C. (2018). Media Use and Protest Mobilization: A Case Study of Umbrella Movement Within Hong Kong Schools. *Social Media and Society*, *4*(1). https://doi.org/10.1177/2056305118763350

Coban, B. (2016). *Social Media and Social Movments*. Vol. 4, Issue 1.

Conway, M. (2020). Routing the extreme right: Challenges for social media platforms. *The RUSI Journal*. https://doi.org/10.1080/03071847.2020.1727157

Cottle, S. (2005). Mediatized public crisis and *civil society* renewal: The racist murder of Stephen Lawrence. *Crime, Media, Culture*, *1*(1), 49–71. https://doi.org/10.1177/1741659005050243

Davis, S., & Straubhaar, J. (2020). Producing Antipetismo: Media activism and the rise of the radical, nationalist right in

contemporary Brazil. *International Communication Gazette*, *82*(1), 82–100. https://doi.org/10.1177/1748048519880731

Day, M. J., & Skulsuthavong, M. (2021). *Newton's Socio-technical Cradle? Web Science, the Weaponisation of Social Media, Hashtag Activism and Thailand's Postcolonial Pendulum*. jomec.cardiffuniversitypress.org. https://doi.org/10.18573/jomec.207

Downing, J., & Husband, C. (n.d.). *Racisms, Ethnicity and the Media*.

Farrington, N., Hall, L., Kilvington, D., Price, J., & Saeed, A. (2014). Sport, racism and social media. In *Sport, Racism and Social Media*. https://doi.org/10.4324/9780203794807

Fernandez-Wulff, P., & Yap, C. (2020). The Urban Politics of Human Rights Practice. *Journal of Human Rights Practice*, *12*(2), 409–427. https://doi.org/10.1093/jhuman/huaa019

Gómez-Carrasco, P., Guillamon-Saorin, E., & ... (2021). Stakeholders versus Firm Communication in Social Media: The Case of Twitter and Corporate Social Responssibility Information. *European Accounting …*. https://doi.org/10.1080/09638180.2019.1708428

Grant, P. R., & Smith, H. J. (2021). Activism in the time of COVID-19. In *Group Processes &Intergroup …*. journals.sagepub.com. https://doi.org/10.1177/1368430220985208

Hunt, K., & Gruszczynski, M. (2021). The influence of new and traditional media coverage on public attention to social movements: the case of the Dakota Access Pipeline protests. *Information, Communication &Society*. https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1670228

Ibahrine, M. (2020). *Islam and social media*. researchgate.net. https://www.researchgate.net/profile/Baker-Alserhan/publication/338458547_Advances_in_Islamic_Business__conference_proceedings/links/5e1618524585159aa4be69f2/Advances-in-Islamic-Business-conference-proceedings.pdf#page=81

Ince, J., Rojas, F., & Davis, C. A. (2017). The social media responsse to Black Lives Matter: how Twitter users interact

with Black Lives Matter through hashtag use. *Ethnic and Racial Studies*, *40*(11), 1814–1830. https://doi.org/10.1080/01419870.2017.1334931

Jain, S. (2020). The rising fourth wave: feminist activism on digital platforms in India. In *ORF Issue Brief*. orfonline.org. https://www.orfonline.org/wp-content/uploads/2020/07/ORF_IssueBrief_384_OnlineFeminism.pdf

Janes, R. R., & Sandell, R. (2019). *Museum activism*. library.oapen.org. https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/46427

Kalina, P. (2020). Performative allyship. *Technium Soc. Sci. J.* https://heinonline.org/hol-cgi-bin/get_pdf.cgi?handle=hein.journals/techssj11&section=45

Kluch, Y. (2020). "My story is my activism!":(Re-) definitions of social justice activism among collegiate athlete activists. *Communication & Sport*. https://doi.org/10.1177/2167479519897288

Lee, F. L. F., & Chan, J. M. (2016). Digital media activities and mode of participation in a protest campaign: a study of the Umbrella Movement. *Information Communication and Society*, *19*(1), 4–22. https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1093530

Lievrouw, L. A. (2023). *Alternative and activist new media*. books.google.com. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=r-e6EAAA QBAJ&oi=fnd&pg=PA1943&dq=social+media+activism&ots=RJUnhitYUd&sig=x_BzUOj9elWyP9tUsG6frrVfmzw

Little, A. T. (2016). Communication technology and protest. *Journal of Politics*, *78*(1), 152–166. https://doi.org/10.1086/683187

Miladi, N. (2016). Social Media and Social Change. *Digest of Middle East Studies*, *25*(1), 36–51. https://doi.org/10.1111/dome.12082

Miller, G. H., Marquez-Velarde, G., & ... (2021). Discrimination and Black social media use: Sites of oppression and

expression. *Sociology of Race …*. https://doi.org/10.1177/2332649220948179

Moorman, C. (2020). Commentary: Brand activism in a political world. *Journal of Public Policy &marketing*. https://doi.org/10.1177/0743915620945260

Mutsvairo, B., & Rønning, H. (2020). The Janus face of social media and democracy? Reflections on Africa. *Media, Culture &Society*. https://doi.org/10.1177/0163443719899615

Ozturkcan, S., Kasap, N., Cevik, M., & Zaman, T. (2017). An analysis of the Gezi Park social movement tweets. *Aslib Journal of Information Management*, *69*(4), 426–440. https://doi.org/10.1108/AJIM-03-2017-0064

Park, B., Park, S., & Billings, A. C. (2020). Separating perceptions of Kaepernick from perceptions of his protest: An analysis of athlete activism, endorsed brand, and media effects. *Communication &Sport*. https://doi.org/10.1177/2167479519894691

Poell, T., Abdulla, R., Rieder, B., Woltering, R., & Zack, L. (2016). Protest leadership in the age of social media. *Information Communication and Society*, *19*(7), 994–1014. https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1088049

Ranchordas, S., Gregorio, G. De, & Goanta, C. (2022). Big Tech war activism. In *Verfassungsblog*. verfassungsblog.de. https://verfassungsblog.de/big-tech-war-activism/

Rochefort, A. (2020). Regulating social media platforms: a comparative policy analysis. *Communication Law and Policy*. https://doi.org/10.1080/10811680.2020.1735194

Salamon, E. (2020). Digitizing freelance media labor: A class of workers negotiates entrepreneurialism and activism. In *New Media & Society*. journals.sagepub.com. https://doi.org/10.1177/1461444819861958

Soares, A. L. (2018). "Human Rights for the Righteous Humans": The influence of Brazilian Conservatism on the national perception of human rights. *Corvinus Journal of International Affairs*, *3*(3), 53–61. https://doi.org/10.14267/cojourn.2018v3n3a6

Sorell, T. (2015). Human rights and hacktivism: The cases of wikileaks and anonymous. *Journal of Human Rights Practice*, *7*(3), 391–410. https://doi.org/10.1093/jhuman/huv012

Suwana, F. (2020). What motivates digital activism? The case of the Save KPK movement in Indonesia. *Information Communication and Society*, *23*(9), 1295–1310. https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1563205

Thorsen, E., & Sreedharan, C. (2019). # EndMaleGuardianship: Women's rights, social media and the Arab public sphere. *New Media & Society*. https://doi.org/10.1177/1461444818821376

Tsatsou, P. (2018). Social Media and Informal Organisation of Citizen Activism: Lessons From the Use of Facebook in the Sunflower Movement. *Social Media and Society*, *4*(1), 1–35. https://doi.org/10.1177/2056305117751384

Tyson, A., Kennedy, B., & Funk, C. (2021). Gen Z, Millennials stand out for climate change activism, social media engagement with issue. In *Pew Research Center*. pewresearch.org. https://www.pewresearch.org/science/wp-content/uploads/sites/16/2021/05/PS_2021.05.26_climate-and-generations_REPORT.pdf

Wilson, S. L. (2017). Detecting Mass Protest through Social Media. *Journal of Social Media in Society*, *6*(2), 5–25. http://www.thejsms.org/index.php/TSMRI/article/view/239/123

Winter, C., Neumann, P., Meleagrou-Hitchens, A., & ... (2020). Online extremism: Research trends in internet activism, radicalization, and counter-strategies. *International Journal of …*. https://www.ijcv.org/index.php/ijcv/article/view/3809

Zheng, Y., & Yu, A. (2016). Affordances of social media in collective action: The case of Free Lunch for Children in China. *Information Systems Journal*, *26*(3), 289–313. https://doi.org/10.1111/isj.12096

Zúñiga, H. G. de, Ardèvol-Abreu, A., & ... (2021). WhatsApp political discussion, conventional participation and activism: exploring direct, indirect and generational effects. *Information* https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1642933

Hendy Setiawan

ANAK MUDA, LINGKUNGAN, DAN PARTAI POLITIK: BAGAIMANA *POSITIONING* ISU LINGKUNGAN DALAM KAMPANYE PARTAI POLITIK 2024

Praktik politik *electoral* telah menciptakan berbagai ruang-ruang rivalitas politik. Hal itu dibuktikan dengan lahirnya berbagai cara dan strategi, baik yang dilakukan oleh kandidat poitik maupun partai politik pengusung, guna mendapatkan kemenangan suara masyarakat. Cara dan strategi tersebut dilakukan oleh kandidat dan partai politik semata-mata untuk menjadi pendongkrak popularitas, tingkat elektabilitas, bahkan *branding* citra dan identitas politik di mata masyarakat luas sebagai pemilik suara politik elektoral (Hayat & Hasrullah, 2016: 193). Oleh karenanya, dengan melihat suara politik dari publik sebagai penentu keterpilihan politik, sudah sewajarnya apabila setiap kandidat terus berupaya menarik, memengaruhi, bahkan menjanjikan berbagai program sekaligus kebijakan yang membuat publik hingga akhirnya menentukan keputusan suara politiknya. Setiap orang berhak untuk mencari, mendapatkan, memiliki, mengoleksi, mengolah, menganalisis, dan bahkan menginterpretasikan informasi politik yang didapatkannya (Suharyanto, 2016: 126). Celah inilah yang kemudian digunakan oleh partai politik dan kandidat-kandidatnya sehingga terbangun satu konsep pemikiran politik yang kemudian ditransformasikan dalam perubahan perilaku memilih.

Salah satu aspek yang dinilai memiliki pengaruh yang cukup potensial dan biasanya dimainkan oleh setiap partai politik beserta para kandidat politik yang diusungnya ialah dengan memainkan isu di dalam percaturan politik. Apalagi masyarakat Indonesia ini di dalam menentukan pilihan politiknya masih besar dipengaruhi oleh aspek figuritas dan citra politik. Kondisi demikian tentu menunjukkan bagaimana pengaruh dan kekuatan isu politik yang dimainkan akan sangat menentukan kemenangan apabila permainan isu ini dikuasai oleh setiap aktor politik. Maka tidak heran jika lahirnya konglomerasi media yang mencoba menghubungkan antara kekuasaan politik dengan media merupakan bentuk kesadaran baru betapa penting permainan isu di dalam politik tersebut (Khamim & Sabri, 2019: 113). Tanpa permainan isu sedikitpun maka kemenangan politik elektoral hanya sebatas omong kosong dan sampai kapanpun tidak akan berorientasi pada kemenangan politik. Oleh karena itulah, isu menjadi "*center*" bagi setiap partai politik yang akan berlaga meramaikan perwujudan demokrasi yang semestinya.

Keterkaitan isu dengan partai politik dapat dipahami sebagai satu titik temu di mana setiap partai politik sedikit banyak selalu mengusung isu-isu aktual. Isu-isu ini diangkat oleh partai politik melalui para kandidatnya sebagai bentuk komunikasi politik sekaligus interaksi simbolis antara partai dengan pemilihnya. Eksistensi partai politik memang harus diakui dan harus ada dalam membangun demokrasi subtantif terkonsolidasi. Partai yang pada awalnya memiliki peran terbatas pada artikulasi yang menjembatani kekuasaan dengan yang dikuasai, kini telah bergeser sebagai media yang cukup representatif dalam menentukan setiap kebijakan publik (Andrias, 2013: 352). Pergeseran tugas dan peran partai politik ini secara tidak langsung menegaskan bahwa isu-isu publik harus ada di setiap kebijakan pu-

blik yang akan diambil. Banyaknya isu-isu publik yang kemudian dimandatariskan dalam kebijakan publik nyatanya belum sepenuhnya terakomodir dengan baik. Salah satu isu yang jarang dibawa oleh partai politik ialah isu lingkungan hidup. Isu ini seyogyanya mampu menyadarkan setiap partai politik untuk menyuarakan politik lingkungan. Hal ini berangkat dari satu konsep pemikiran bahwa pembangunan tidak akan terpisah dari ketersinggungannya dengan politik lingkungan, misalnya kebijakan investasi (Supratiwi, 2013: 3).

Berdasarkan laporan survei yang dilakukan oleh *Center for Strategic and International Studies (CSIS)* pada Maret 2019 dengan melibatkan 1.960 responden yang tersebar di 14 daerah provinsi di Indonesia menunjukkan bahwa minimnya partai politik dalam mengusung dan mendiskusikan serta memikirkan isu lingkungan hidup. Mayoritas responden dalam survei CSIS 2019 tersebut menyebut bahwa masyarakat tidak pernah mendengar persoalan isu lingkungan hidup diangkat dan diperbincangkan dalam kampanye di setiap tahapan-tahapan kepemiluan. Bahkan, jika ada pembicaraan dan bahasan isu lingkungan dalam kampanye partai politik, kalkulasinya sangat sedikit (Octaviyani, 2019). Padahal, di sisi lain, isu lingkungan termasuk di dalamnya isu perubahan iklim menjadi isu yang diperhatikan dan menjadi fokus perhatian bagi kaum milenial dan generasi Z.

Hal tersebut dikuatkan oleh data survei nasional yang dilakukan oleh Indikator pada 9–16 September 2021 di mana responden usia Gen Z dan milenial memiliki tingkat kesadaran pikir yang sangat tinggi atas isu lingkungan dalam halnya isu perubahan iklim. Kerusakan lingkungan (82%) dan polusi (74%) merupakan dua isu sentral yang menjadi kecemasan yang secara psikologis dirasakan dan dialami oleh responsden (Indikator, 2021: 71). Oleh karena itu, dua kelompok pemilih ini, yakni gene-

rasi Z dan generasi milenial yang sudah menaruh perhatiannya terhadap isu-isu lingkungan ini menjadi notifikasi kampanye bagi setiap partai politik agar isu yang mereka tuju dapat diangkat dan diakomodasi. Tanpa mempertimbangkan isu yang sedang digandrungi dua kelompok tersebut, maka untuk memperoleh kemenangan politik elektoral, beban yang akan ditanggung oleh setiap institusi partai maupun kandidat semakin jauh dari kemenangan politik.

Ada dua alasan mendasar, bahkan dapat dikatakan sebagai "basis kemenangan politik" mengapa isu yang digandrungi oleh kelompok milenial dan generasi Z tersebut harus diperhatikan dan diperjuangkan dalam setiap aktivitas politik elektoral. Pertama, pada tahun 2024 nanti, pemilih muda akan mendominasi dalam menggunakan hak politiknya di mana menurut CSIS presentasi pemilih muda mendekati 60% atau lebih tepatnya sekitar 54% menurut data dari KPU (Fernandes *et al*., 2022: 3). Pemilih muda dalam survei itu dimaknai mereka yang berada dalam usia 17–39 tahun. Artinya, mereka yang berada dalam usia seperti itu mengacu pada dua generasi, yakni generasi milenial dan generasi Z. Oleh karenanya, setiap keputusan politik ini nantinya akan dikuasai oleh generasi Z dan generasi milenial, sementara 40% sisanya akan dikuasai di luar pemilih muda. Komposisi ini menunjukkan bahwa dalam kontestasi politik 2024 akan didominasi oleh pemilih muda sebesar 60%. Apabila suara para generasi muda ini mampu dikuasai partai politik, kemenangan politik bukan sesuatu yang sulit.

Alasan yang kedua ialah generasi Z dan generasi milenial juga akan menguasai ruang-ruang publik sehingga kondisi demikian menuntut setiap partai politik untuk memahami setiap isu yang menjadi perhatian oleh kaum muda ini. Apabila isu yang digandrungi oleh kawula muda ini diabaikan, partai poli-

tik harus membayar biaya pengabaian ini dengan kehilangan hampir 60% suara pemilih dari mereka. Tentu kondisi ini dalam rasionalitas kemenangan partai tidak akan dihindari karena ketika para kontestan melihat magnet suara maka mereka akan mengejar untuk mendapatkannya. Inilah mengapa kondisi ini menjadi penting bagaimana konfigurasi mereka di ruang publik. Tabel 2 berikut merupakan potret bagaimana generasi Z dan milenial eksis di ruang digital sebagai pemilik akun media sosial.

Tabel 1
Jumlah Pengguna Internet Pemilih Muda (2017-2022)

Media Sosial	Tahun		
	2017	2018	2022
WhatsApp	70,3%	91,6%	98,3%
Facebook	81,7%	93,1%	84,8%
Youtube	43,7%	56,3%	74,9%
Instagram	54,7%	67,5%	74,5%
Tik Tok	-	-	56,0%
Twitter	23,7%	21,3%	24,8%

Sumber: Berdasarkan Survei dari CSIS pada 8 Agustus sampai 13 Agustus 2022

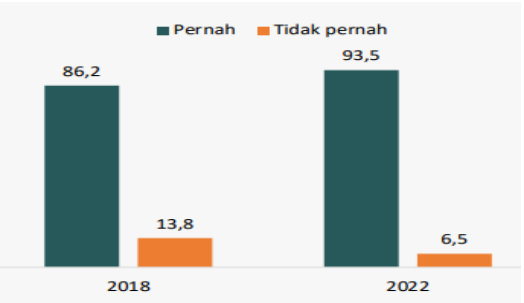
Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh CSIS di atas, memperlihatkan adanya peningkatan jumlah pengguna aktif media sosial dari kurun tahun 2017 sampai tahun 2022. CSIS mencatat pada interval tahun 2017–2022 terjadi peningkatan yang signifikan di mana tahun 2017 akses internet mencapai 86,2% dan pada tahun 2022 mencapai 93,5%. Kondisi ini tentu sangat fantastis di mana dengan mendominasinya kawula muda dalam ruang-ruang digital, maka seharusnya diikuti oleh pemenuhan isu-isu yang mereka tuju sehingga teritorial suara politik kawula muda tersebut sudah dikuasai. Realitas yang terjadi di lapangan ialah para kawula muda ini memiliki kepedulian sekaligus konsen yang cukup tinggi dalam aspek isu-isu lingkungan

hidup. Pertanyaannya ialah bagaimana partai politik menyikapi fenomena ini khususnya dalam menyusun strategi kemenangan dalam kontestasi 2024 mendatang? Atau dengan pertanyaan yang lebih menohok ialah bagaimana para partai politik merebut suara pemilih muda melalui isu lingkungan (perubahan iklim)? Dua pertanyaan ini menjadi penting untuk disikapi dan direspons oleh partai politik mengingat bahwa merekalah kelompok yang akan mendominasi penentuan kemenangan politik.

Disadari atau tidak bahwa yang namanya kemenangan politik elektoral ditentukan oleh seberapa tangkas para kompetitor politik bermain isu. Kelemahan institusi politik dan pelembagaan partai politik yang ada, sampai saat ini tidak paham tentang permainan isu ini di kalangan anak muda. Para politisi tidak paham bagaimana strategi untuk menjangkau pemilih muda melalui isu yang mereka bangun dan bagaimana cara mengomunikasikan isu selanjutnya. Inilah yang semestinya menjadi refleksi bagaimana menghubungkan isu yang tumbuh di kalangan anak muda dengan eksistensi partai politik. Hanya dengan mengubah gerak dan arah perilaku memilih para kaum muda inilah penentu kemenangan bisa dipastikan (Fauzi, 2019: 40).

Eksistensi para kaum muda di dalam ruang publik, baik ruang yang bersifat konvensional maupun ruang digital, harus mampu menghadirkan partai-partai politik yang keberadaannya mampu menjadi katalisator solusi dari kegelisahan anak-anak muda (Gazali, 2004: 54). Hal ini karena ruang itu, terlebih ruang digital menjadi arena rivalitas isu-isu publik sekaligus sebagai pertukaran pesan dan informasi politik sehingga masifikasi informasi dengan mudah dan cepat, baik dalam penyampaiannya maupun penyebarannya (ugm.ac.id, 2023: 2). Oleh karena itu, pertarungan isu yang diusung oleh partai politik akan secara optimal akan ditelaah, diproses, dan dipikirkan, bahkan diper-

debatkan dalam dunia digital sehingga tanpa penguasaan isi, maka akan menjadi bumerang dari partai politik itu sendiri. Gambar 1 berikut merupakan Laporan Survei pemilih Muda dari CSIS 2022 dalam tiga bulan terakhir.



Gambar 1
Akses Internet 3 Bulan Terakhir Pemilih Muda (17-39 Tahun)
Sumber: Berdasarkan Survei dari CSIS pada 8 Agustus sampai 13 Agustus 2022

Gambar 1 tersebut mengonfirmasi bagaimana animo anak muda yang aktif menggunakan internet dalam melakukan pertukaran informasi di dunia digital. Bahkan, tahun 2022 mayoritas kaum muda yakni 93,5% aktivitas di dalam kehidupannya tidak bisa lepas oleh jangkauan internet. Momen tersebut menjadi sangat relevan bagi partai politik sebagai institusi mesin politik untuk meningkatkan tingkat kepercayaannya dalam benak kaum muda dengan cara merespons tuntutan serta kegelisahan isu lingkungan. Partai politik harus mencoba mulai membuka mata di depan kaum muda bila ingin mendapatkan kepercayaan dari mereka. Hal ini berangkat dari satu kenyataan yang tidak terdikotomi kaum muda atau nonmuda, bahwa masyarakat secara umum memiliki tingkat kepercayaan yang sangat lemah terhadap partai politik. Bila masyarakat saja tingkat kepercayaan politiknya lemah, lalu bagaimana dengan kaum muda sebagai bagian dari masyarakat secara luas? Tabel 2 berikut merupakan

hasil survei yang dilakukan oleh lembaga survei Indikator Politik Indonesia atas kepercayaan publik terhadap institusi atau lembaga politik/negara.

Tabel 2
Tingkat kepercayaan Publik Terhadap Institusi Negara/Politik

Institusi Negara/Politik	Rincian Responden		Tingkat kepercayaan
	Sangat Percaya	Cukup Percaya	
TNI	21,2%	73,5%	94,6%
Presiden	19,4%	73,4%	92,8%
Kejaksaan Agung	7,9%	72,7%	80,6%
Pengadilan	8,4%	69,4%	77,8%
Polri	9,3%	63,9%	73,2%
KPK	7,1%	65,3%	72,4%
DPD	5,2%	66,3%	71,5%
MPR	5,1%	66,2%	71,3%
DPR	4,7%	58,7%	63,4%
Partai Politik	2,8%	59%	61,8%

Sumber: (Fajarlie, 2023)

Berdasarkan data survei yang dilakukan oleh lembaga Survei Indikator Politik pada 11–17 April 2023 menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan publik terhadap partai politik sangat rendah. Bahkan, persentase tingkat kepercayaan publik terhadap partai politik hanya menyentuh 61,8%. Persentase ini tidak jauh dari lembaga DPR yang menempati urutan kedua dalam hal rendahnya kepercayaan publik. Sementara itu, di sisi lain berbagai lembaga survei secara konsisten juga menyebut bahwa tingkat kepercayaan publik terhadap partai politik ber-ada dalam titik yang mengkhawatirkan. Misalnya, berdasarkan

survei yang dilakukan oleh Lembaga Survei Indonesia (LSI) pada 31 Maret hingga 4 April 2023 dengan melibatkan 1.229 responden dengan batas usia di atas 17 tahun ke atas menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan publik atas partai politik menempati urutan paling bawah. Pada survei ini, kepercayaan publik terhadap partai politik sebesar 50% dan disusul oleh DPR sebesar 52% (Hutajulu, 2023: 1). Artinya, dengan berangkat dari dua survei di atas yang dilakukan oleh dua lembaga survei yang berbeda menghasilkan satu kesamaan, yakni partai politik dan DPR menjadi lembaga negara/politik dengan urutan terendah. Keadaan yang demikian pada dasarnya menegaskan bahwa bila partai politik kehilangan kepercayaan publik, dapat dimaknai partai politik gagal menguasai sekaligus meng-*counter* isu yang sedang berkembang di masyarakat.

Partai politik harus sadar bahwa pada tahun 2024 hampir 60% suara politik akan ditentukan oleh pemilih muda. Pemilih ini sebagaimana di atas terklaster menjadi generasi Z dan generasi milenial. Dua generasi penentu kemenangan politik tersebut saat ini ada kecenderungan memiliki perhatian yang serius terhadap isu-isu lingkungan. Oleh karenanya, dengan melihat konfigurasi politik yang berkembang dalam teritorial pemilih muda ini, performa partai politik dalam menentukan dan pemosisian dirinya sangat dibutuhkan dalam menjaring suara mayoritas pemilih muda. Pemilih muda menaruh perhatian serius terhadap isu lingkungan. Namun, isu yang tersebut justru bukan menjadi prioritas partai politik. Lahirnya kesadaran baru yang muncul dari pemilih muda terhadap isu lingkungan tidak pernah terjadi sebelumnya. Pemilih muda yang mengalami kekhawatiran terhadap isu masa depan lingkungan sebesar 82%. Pertanyaannya ialah mampukah partai politik menangkap isu-isu yang dikhawatirkan pemilih muda? Atau dengan pertanyaan lain sudahkan

isu lingkungan menjadi agenda prioritas kampanye partai politik dalam setiap aktivitas elektoral?

Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Bolqiah dan Raffiudin terkait dengan dominasi oligarki dan ketidakhadiran *green political party* di Indonesia menunjukkan adanya urgensi dari perimbangan kekuasaan dan keterwakilan narasi *green politics* dalam bentuk platform partai politik untuk membatasi serta menghambat dominasi oligarki. Di samping itu, kegagalan partisipasi masyarakat juga diakibatkan oleh tidak terbangunnya keterwakilan narasi politik hijau yang sampai sekarang terdistribusi dalam janji politik kandidat mendekati pesta pemilihan. Transformasi narasi politik hijau kurang mendapatkan dukungan dari publik sehingga kehadirannya belum sepenuhnya mampu diwujudkan sebagaimana negara-negara maju sebagai pionirnya (Bolqiah & Raffiudin, 2020: 163). Kondisi demikian harus disadari bahwa sejak dari awal kelahirannya, bahkan sampai sekarang, isu-isu politik yang selalu diungkap oleh partai politik ialah isu publik dengan adanya karakter eksklusivitas terhadap isu lingkungan. Namun, dalam pembahasan ini hanya menghubungkan secara signifikan antara dominasi oligarki dengan *green political party*. Pembahasan ini tidak secara menganalisis terkait dengan bagaimana pemosisian isu lingkungan di pelembagaan partai politik itu sendiri.

Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Ahmady dkk. terkait dengan gerakan lingkungan dan partai politik: studi tentang perjuangan Walhi dalam pembentukan partai hijau di Indonesia menunjukkan bahwa Walhi belum mampu membidani berdirinya Partai Politik Hijau Indonesia (PHI). Hal ini disebabkan belum adanya soliditas dari internal Walhi itu sendiri. Selain itu, ada ketidakmampuan di dalam penyelesaian kontestasi ideologi internal yang mencakup di dalamnya strategi po-

litik (Ahmady *et al*., 2022: 48). Walaupun demikian, upaya Walhi dalam membentuk PHI ini patut diapresiasi. Hal ini karena sebagai bentuk kesadaran awal yang telah dirawat Walhi di mana kelompok-kelompok lembaga swadaya ini telah menjadi pionir dalam melihat kerusakan lingkungan sebagai implikasi dominan produk politik. Oleh karenanya, dunia keswadayaan seperti Walhi telah menjadi awal sekaligus cikal bakal perjuangan isu lingkungan hidup dalam ranah politik negara (Setiawan *et al*., 2022: 641–642). Kedua literatur tersebut memiliki kesamaan, yakni mengangkat isu lingkungan di ruang politik kekuasaan baik itu diperhadapkan dengan partai politik maupun kekuasaan negara. Namun, kedua penelitian itu tidak menganalisis bagaimana *positioning* isu lingkungan oleh partai politik di ruang publik. Oleh karena itu, rumusan utama masalah yang akan dijawab dalam pembahasan ini ialah bagaimana *positioning* isu lingkungan oleh partai politik di ruang publik? Pendekatan teori yang akan digunakan dalam pembahasan ini ialah *positioning* politik dari Ries & Trout (1981: 77). *Positioning* ialah istilah pemasaran yang dimaknai sebagai segala kegiatan untuk mendoktrin kesan di benak konsumen agar konsumen tersebut bisa membedakan produk atau jasa yang dihasilkan. Oleh karena itu, dalam konteks *positioning* politik, produk dan jasa yang dimaksud yakni berupa pesan-pesan politik yang dibawa kandidat dalam kampanye politik, yakni janji-janji politik, visi dan misi yang diusung, ideologi partai, dan juga figuritas serta citra kandidat dalam kampanye. *Positioning* ini akan memudahkan publik untuk membedakan kandidat yang satu dengan lainnya sehingga berimbas pada aktualisasi perilaku memilih di dalam menentukan keputusan politiknya.

Isu Lingkungan di Ruang Elektoral

Ruang publik telah memainkan peranan penting dalam proses pertarungan isu yang dimainkan oleh partai politik. Tanpa adanya ruang publik, maka proses komunikasi politik yang berupa proses pertukaran pesan sekaligus interaksi informasi politik akan mengalami titik stagnasi. Apabila titik stagnasi ini terjadi, proses komunikasi tidak dapat berjalan. Bagi setiap partai politik, ruang publik menjadi arena yang keberadaannya sangat dibutuhkan, khususnya di dalam memainkan pertarungan isu-isu politik guna merebut hati dan suara politik dari publik. Pertarungan isu inilah yang kemudian terus bergolak di ruang publik di mana pada akhirnya berujung pada lahirnya opini publik akibat dari pesan-pesan politik yang diterimanya (Buluamang, 2021: 110). Oleh karenanya, ruang publik ini sangat sentral di dalam menentukan sekaligus mengarahkan perilaku memilih. Pertimbangan "sentral" inilah kemudian ruang publik akan diburu oleh setiap partai politik untuk memainkan serta menguasai isu-isu yang berkembang di dalamnya melalui berbagai cara dan strategi masing-masing.

Berkaca dari proses politik yang selama ini terjadi, persoalan pragmatisme yang dianut oleh mayoritas partai politik yang ada merupakan satu masalah besar. Setiap partai politik yang ada cenderung meletakkan dasar eksistensinya pada dominasi kluster sosial dan aliran politik dibandingkan dengan kluster ideologis. Hal ini didukung dengan banyaknya partai politik di Indonesia yang terus lahir sehingga kenyataan ini mengaburkan batas-batas ideologi antarpartai (Bariroh, 2015: 134-135). Pengaburan batas-batas ideologi partai inilah yang kemudian melahirkan fenomena di ruang publik, di mana isu-isu yang diangkat cenderung membuat publik semakin jauh dari isu yang sebenarnya sangat dekat dengan masyarakat itu sendiri. Apabila yang terjadi

demikian, pertanyaan yang muncul ialah apakah watak ruang publik cenderung bersifat eksklusif terhadap isu yang dibawa partai politik? Pertanyaan ini penting karena bahwa ruang publik pada dasarnya sebagai pertukaran isu-isu politik, termasuk di dalamnya bagaimana partai politik membawa isu lingkungan di dalam arena tersebut (Komariah & Kartini, 2019: 232).

Harus diakui bahwa kehadiran partai politik di ruang publik, baik yang bersifat konvensional maupun digital, masih minim atau bahkan tidak ada mengangkat isu-isu lingkungan (Walhi, 2023: 1–3). Ada satu kecenderungan pemarginalan isu lingkungan khususnya dalam gejala pelembagaan partai politik itu sendiri (ugm.ac.id, 2023b). Banyaknya partai politik saat ini juga secara pelembagaan kepartaian saja di dalam visi misinya yang secara gamblang dan nyata menyatakan dukungan terhadap isu-isu lingkungan bahkan nyaris tidak ada. Kalau dicermati secara mendalam, berdasarkan data yang dirilis oleh KPU di Pemilu 2024 nanti akan diikuti setidaknya oleh 24 partai politik yang terbagi dalam 17 partai politik nasional dan 7 partai politik lokal. Pertanyaannya ialah dari 24 partai peserta pemilu tersebut, apakah ada yang di dalam visi misinya menyebut isu lingkungan sebagai komitmen dalam pembangunan berkelanjutan? Pertanyaan ini tentu menjadi dasar yang penting untuk dilihat bagaimana sebetulnya komitmen isu lingkungan lahir sejak dari awal khususnya dalam pelembagaan partai politik. Tanpa ada pelembagaan maka isu lingkungan tentu akan tidak dikampanyekan sehingga kesalahan yang terjadi ialah isu-isu lingkungan hidup menjadi isu privat di ruang publik. Akibatnya justru publik menjadi merasa asing dengan isu lingkungan, bahkan ketika ada beberapa partai mengangkat isu tersebut maka akan terjadi stigmatisasi dan pendiskreditan terhadap isu lingkungan itu sendiri.

Tabel 3 berikut merupakan hasil analisis ada tidaknya isu lingkungan yang dituangkan dalam visi-misi partai peserta pemilu tahun 2024 baik partai nasional maupun partai politik lokal yang ada di Aceh.

Table 3

Isu lingkungan dalam Visi Misi Partai Politik Peserta Pemilu 2024

No.	Nama Parpol	Analisis Ada/Tidak Isu Lingkungan dalam Pelembagaan		Frasa "Lingkungan" di dalam Visi Misi
		Visi	Misi	
1	Partai Kebangkitan Bangsa (PKB)	Tidak	Tidak	
2	Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra)	Tidak	Tidak	
3	Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P)	Tidak	Tidak	
4	Partai Golongan Karya (Golkar)	**Ada**	Tidak	*…kesadaran hukum dan lingkungan…*
5	Partai Nasdem	Tidak	Tidak	
6	Partai Buruh	Tidak	**Ada**	*…lingkungan hidup…*
7	Partai Gelombang Rakyat Indonesia (Gelora)	Tidak	**Ada**	*…kelestarian lingkungan…*
8	Partai Keadilan Sejahtera (PKS)	Tidak	**Ada**	*…lingkungan hidup…*
9	Partai Kebangkitan Nusantara (PKN)	**Ada** *…wawasan Nusantara …*	**Ada**	*… wawasan nusantara… wawasan lingkungan… sumber daya alam….*

10	Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura)	Tidak	**Ada**	*…wawasan lingkungan…*
11	Partai Garda Perubahan Indonesia (Garuda)	Tidak	Tidak	
12	Partai Amanat Nasional (PAN)	Tidak	Tidak	
13	Partai Bulan Bintang (PBB)	Tidak	Tidak	
14	Partai Demokrat	Tidak	**Ada**	*…kelestarian lingkungan…*
15	Partai Solidaritas Indonesia (PSI)	Tidak	Tidak	
16	Partai Persatuan Indonesia (Perindo)	Tidak	Tidak	
17	Partai Persatuan Pembangunan (PPP)	Tidak	Tidak	
18	Partai Nanggroe Aceh	Tidak	Tidak	
19	Partai Generasi Atjeh Beusaboh Tha'at dan Taqwa	Tidak	Tidak	
20	Partai Darul Aceh	Tidak	**Ada**	*...kesadaran hukum dan lingkungan …*
21	Partai Aceh	Tidak	Tidak	
22	Partai Adil Sejahtera Aceh	Tidak	Tidak	
23	Partai Soliditas Independen Rakyat Indonesia	Tidak	Tidak	
24	Partai Ummat	Tidak	**Ada**	*kedaulatan pangan, energy, dan air*
• **Nasional dan lokal**				

Sumber: diolah dan dianalisis oleh penulis, 2024

Berdasarkan analisis tabel 3 di atas, dapat diperoleh informasi bahwa dari 24 partai politik peserta pemilu tahun 2024, isu lingkungan masih minim diberikan ruang khususnya dalam pelembagaan partai politik. Hanya partai PKN (partai baru) yang di dalam visi dan misinya menyebut isu lingkungan dengan frasa "…wawasan Nusantara…wawasan lingkungan… sumber daya alam". PKN sebagai partai baru tentu kehadirannya patut diapresiasi karena secara pelembagaan partai, isu lingkungan sudah mulai ditampakkan, baik di dalam visi maupun dalam misinya. Sementara itu, ada delapan partai di mana frasa lingkungan tidak tertuang dalam visi, tetapi muncul di dalam turunan misinya. Mayoritas visi misi partai ialah pembangunan kesejahteraan dan keadilan. Pertanyaannya ialah apakah memungkinkan bila kesejahteraan dan keadilan ditegakkan tanpa adanya perhatian serius terhadap isu-isu lingkungan? Bukankah setiap aspek itu selalu bersinggungan dengan isu lingkungan? Oleh karena itu, dapat dipahami bahwa isu lingkungan masih lemah diberikan ruang dalam pelembagaan partai. Akibatnya, partai-partai politik yang berkontestasi di dalam ruang publik tidak menganggap isu lingkungan sebagai isu yang menarik karena orientasi parpol ialah suara elektoral, bukan reaksi terhadap persoalan publik yang terjadi.

Rivalitas Isu Politik: Di Mana Isu Ekologis?

Masyarakat sebagai penentu keterpilihan politik sampai hari ini masih terpaku pada citra dan figuritas kandidat politik. Tentu dalam setiap momen tersebut, partai politik akan terus berjuang dan berupaya untuk meyakinkan figur yang diusungnya kepada publik. Proses meyakinkan inilah yang sebetulnya menjadi ruang pertarungan isu yang selalu dibawa partai politik di ruang publik. Pada model keputusan suara politik setiap indi-

vidu didasarkan pada tiga hal utama, yakni keberpihakan, pendapat terhadap isu, dan citra kandidat (Febriani, 2018: 2). Keyakinan inilah yang paling dekat pada aktualisasi perilaku memilih karena merupakan dampak dari keputusan politiknya (Haryanto, 2016: 294). Berkaitan dengan pendapat tentang isu yang dibawa oleh setiap partai politik dalam segala aktivitas kepemiluannya, pada tataran pelaksanaannya terkadang menimbulkan pertanyaan yang terus bergulir. Pertanyaan itu berkaitan dengan bagaimana dan akan dikemanakan isu lingkungan ini dalam setiap aktivitas kampanyenya? Pertanyaan tersebut patut dimunculkan karena kampanye merupakan ritual wajib yang tidak bisa lepas dari diri dan pelembagaan partai itu sendiri (Amrurobbi, 2021: 66). Harus diakui bahwa partai politik akan selalu dan cenderung menghindari isu yang tidak memiliki daya jual politik terhadap publik. Salah satu isu yang cenderung jarang dibawa partai politik dan bahkan dikesankan sebagai isu yang tidak terlalu penting ialah isu lingkungan. Mereka lebih menggardadepankan isu-isu yang lebih dikenal dengan masyarakat, yakni isu kesehatan, pendidikan, ketenagakerjaan, kemiskinan, pengangguran, ekonomi, bahkan isu-isu lainnya.

Apabila dibandingkan dengan isu ekonomi dan pendidikan, isu lingkungan memang cenderung menjadi isu perifer di dalam kampanye politik. Bahkan, dalam konteks kesehatan saja isu tersebut juga masih dipersempit pemaknaannya yang hanya mencakup permukaan saja (unair.ac.id, 2018: 1–3). Namun, keadaan tersebut telah berubah dalam konteks sasaran pemilik suara politik. Data survei terbaru yang dilakukan oleh Indikator Politik Indonesia yang bekerja sama dengan Yayasan Indonesia Cerah yang dilakukan 9–16 September 2021 yang melibatkan sejumlah 4.020 responden yang tersebar di seluruh Indonesia dengan rentang usia 17–35 tahun menyebut bahwa 52% khawatir akan keru-

sakan lingkungan. Angka yang didapatkan tersebut merupakan angka yang signifikan. Bagi kalangan muda, kepedulian dan keperhatian tentang isu lingkungan merupakan sebuah kemajuan yang sangat besar bagaimana mulai ada rasa memiliki dan keprihatinan terhadap sistem politik dan pemilu yang dijalankan.

Hal ini disebabkan isu lingkungan akan selalu berhubungan dengan politik kekuasaan negara. Oleh karena itu, pengamat politik dari Universitas Gadjah Mada, Mada Sukmajati, menyebut bahwa narasi-narasi elektoral sampai saat ini masih terjebak pada figuritas tokoh politik bukan ke program dan gagasan yang mulia (Gloriabarus, 2023: 1–3). Oleh karena itu, semestinya diskursus tersebut harus mulai bergeser dari yang semula berbasis pada figuritas tokoh ke berbasis program dan gagasan yang lebih konkret dan menjawab persoalan-persoalan publik. Gambar 2 berikut merupakan tingkat kepedulian partai politik terhadap lingkungan berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Indikator Politik Indonesia dengan Yayasan Indonesia Cerah.

Gambar 2
Perhatian Partai Politik terhadap isu Lingkungan (Perubahan Iklim)
Sumber: Indikator Politik Indonesia dan Yayasan Indonesia Cerah, 2021

Berdasarkan data survei kepedulian partai politik terhadap isu lingkungan di atas, dapat dilihat bahwa partai PDI-P menjadi partai yang memiliki perhatian terhadap isu lingkungan yang cukup tinggi jika dibandingkan dengan partai lainnya. Hal ini sejalan dengan pemberitaan Media Indonesia di mana setidaknya telah mencatat ada dua partai politik yang telah memberikan perhatiannya terhadap isu lingkungan. Kedua partai tersebut, yakni PDI-P dan PKB. Pimpinan partai PDI-P menyerukan kepada seluruh kadernya untuk memupuk kepedulian terhadap lingkungan. Bahkan, dalam acara tersebut sekaligus diresmikan gerakan penghijauan dan gerakan membersihkan sungai yang dipusatkan di Sungai Ciliwung dengan tema Cinta Ciliwung Bersih (CCB). Sebelumnya, ada partai PKB pimpinan Muhaimin Iskandar yang juga sempat mengangkat isu lingkungan di dalam kampanyenya, bahkan menyebut dirinya sebagai partai hijau. Namun, seiring dengan perjalanan waktu gerakan yang sempat ramai itu mulai meredup kembali (mediaindonesia, 202: 1–2).

Melihat arah dan gejala isu publik yang sedang berjalan tersebut, maka isu lingkungan akan menjadi isu yang sangat potensial dan bahkan tidak lagi dianggap sebagai isu perifer sebagaimana sebelumnya. Isu lingkungan telah masuk dalam ruang-ruang publik, bahkan mampu berinteraksi dengan para pemilih muda sehingga adanya perhatian serius dari pemilih muda akan isu lingkungan menjadi kesadaran baru dalam menata pola penentuan perilaku memilih publik. Walaupun isu lingkungan tidak semasif isu ekonomi dan isu ketenagakerjaan, isu lingkungan sudah mampu mem-*positioning* dirinya di ruang publik yang dipenuhi pemilih muda sebagai penentu keterpilihan publik. Kondisi yang demikian menjadikan alasan sentral bagi setiap partai politik untuk bergolak sekaligus berjibaku dalam membawa isu lingkungan ini menjadi isu prioritas kampanye.

Positioning isu lingkungan dalam ruang-ruang publik dari sisi pelembagaan partai politik masih sangat lemah. Hal ini karena isu lingkungan tidak ditempatkan dalam kedudukan yang sepadan sebagaimana isu pendidikan, kesehatan, kemiskinan, pengangguran, dan ketenagakerjaan. Oleh karena itu, sulit ditemukan isu lingkungan didiskursuskan dan dibawa dalam ruang publik sebagai bahan kampanye politik. Ada kecenderungan isu lingkungan ini ditempatkan ke dalam klaster isu perifer dibandingkan dengan isu lainnya. Hal ini dilihat dari sisi sistem kepemiluan yang sedang kita *ugemi* masih belum menjangkau sistem pemilu yang ramah lingkungan, baik dari sisi regulasi maupun dari sisi praktik elektoral.

Akibatnya, di dalam pelembagaan partai politik, isu lingkungan tidak menjadi daya tarik elektoral. Namun, melihat konfigurasi pemilih nanti pada tahun 2024 ialah 60% pemilih muda, dan pemilih tersebut memiliki minat perhatian besar atas isu lingkungan, maka partai politik sudah mulai mempertimbangkan isu tersebut. Ada kecenderungan isu lingkungan mulai mendapat ruang di kalangan pemilih muda sehingga partai politik mulai gencar merambah isu-isu lingkungan dengan orientasi memikat suara elektoral kelompok pemilih tersebut. Kondisi tersebut tergambar bahwa isu lingkungan mulai akan di-*positioning*-kan dalam agenda partai untuk kepentingan politik ke depan.

Penutup

Positioning isu lingkungan dalam ruang-ruang publik dari sisi pelembagaan partai politik masih sangat lemah. Hal ini karena isu lingkungan tidak ditempatkan dalam kedudukan yang sepadan sebagaimana isu pendidikan, kesehatan, kemiskinan, pengangguran, dan ketenagakerjaan. Oleh karena itu, sulit dite-

mukan isu lingkungan didiskursuskan dan dibawa dalam ruang publik sebagai bahan kampanye politik. Ada kecenderungan isu lingkungan ini ditempatkan ke dalam klaster isu perifer dibandingkan dengan isu lainnya. Hal ini dilihat dari sisi sistem kepemiluan yang sedang kita *ugemi* masih belum menjangkau sistem pemilu yang ramah lingkungan baik dari sisi regulasi maupun dari sisi praktik elektoral.

Akibatnya, di dalam pelembagaan partai politik isu lingkungan tidak menjadi daya tarik elektoral. Namun, melihat konfigurasi pemilih nanti pada tahun 2024 ialah 60% pemilih muda, dan pemilih tersebut memiliki minat perhatian besar atas isu lingkungan, maka partai politik sudah mulai mempertimbangkan isu tersebut. Ada kecenderungan isu lingkungan mulai mendapat ruang di kalangan pemilih muda sehingga partai politik mulai gencar merambah isu-isu lingkungan dengan orientasi memikat suara elektoral kelompok pemilih tersebut. Kondisi tersebut tergambar bahwa isu lingkungan mulai akan di-*positioning*-kan dalam agenda partai untuk kepentingan politik ke depan. Apalagi pada era hari ini keberadaan anak muda yang notabene juga sebagai penyumbang suara elektoral terbanyak, tentu haruslah dipertimbangkan. Hal ini terlebih lagi isu lingkungan sudah mulai mereka gandrungi sehingga berbagai kerusakan lingkungan termasuk isu perubahan iklim sudah sepatutnya mereka akomodasi dalam ruang kampanye politik.

Daftar Pustaka

Ahmady, I., Herdiansah, A. G., & Al-banjari, H. (2022). Gerakan Lingkungan dan Partai Politik: Studi Tentang Perjuangan Walhi dalam Pembentukan Partai Hijau di Indonesia. *Journal of Politics and Democracy Studies*, *3*(1), 36–51.

Amrurobbi, A. A. (2021). Problematika Sampah Visual Media Luar Ruang: Tinjauan Regulasi Kampanye Pemilu dan Pilkada. *Jurnal Adhyasta Pemilu*, *4*(2), 66–78. https://doi.org/10.55108/jap.v4i2.50

Andrias, M. A. dan T. N. (2013). Partai Politik dan Pemilukada (Analisis Marketing Politik dan Strategi Positioning Partai Politik Pada Pilkada Kabupaten Tasikmalaya). *Jurnal Ilmu Politik dan Pemerintahan*, *1*(3), 352–372. http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jipp/article/view/MAATN

Bariroh, L. (2015). Positioning Ideologi Partai Politik Pada Preferensi Politik Santri. *Jurnal Review Politik*, *4*(1), 133–164.

Bolqiah, L. H., & Raffiudin, R. (2020). Oligarchy Domination and the Absence of Green Political Party in Indonesia. *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, *19*(2), 151–167. https://doi.org/10.35967/njip.v19i2.112

Buluamang, Y. M. O. (2021). Positioning Partai Demokrat dalam Pemberitaan Surat Kabar. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, *10*(2), 109–119.

Fajarlie, N. I. (2023). *Survei Nasional Kepercayaan Publik terhadap Lembaga Negara: TNI Tertinggi, Partai Politik Terendah*. Kompas. Tingkat kepercayaan Publik Terhadap Institusi Negara/Politik

Fauzi, A. M. (2019). Perilaku Pemilih Menjelang Pemilu 2019. *Journal of Islamic Civilization*, *1*(1), 40–48. https://doi.org/10.33086/jic.v1i1.918

Febriani, E. (2018). Analisis Perilaku Memilih (Voting Behavior) Pemilih Pemula Wilayah Jakarta Barat Menjelang Pemilihan Umum 2019. *Jurnal Polinter : Kajian Politik Dan Hubungan Internasional*, *4*(1), 43–58. https://doi.org/10.52447/polinter.v4i1.1278

Fernandes, A., Suryahudaya, E. G., Perkasa, D. V. D., & Fahrizal, N. D. (2022). Pemilih Muda dan Pemilu 2024: Dinamika dan Preferensi Sosial Politik Pascapandemi. *Departemen Politik Dan Perubahan Sosial CSIS*, *September*, 1–49.

Gazali, E. (2004). Interaksi Politik dan Media: Dari Komunikasi Politik ke Politik Komunikasi. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, *8*(1), 53–74.

Gloriabarus. (2023). *Pakar UGM: Diskursus Pemilu Masih Terjebak pada Isu Figur*. ugm.ac.id. https://ugm.ac.id/id/berita/23358 - pakar-ugm-diskursus-pemilu-masih-terjebak-pada-isu-figur/

Haryanto, H. (2016). Kebangkitan Party ID: Analisis Perilaku Memilih dalam Politik Lokal di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, *17*(3), 291. https://doi.org/10.22146/jsp.13082

Hayat, N., & Hasrullah. (2016). Positioning Politik Kampanye Pemilihan Presiden 2014 Dalam Iklan Video Musik Youtube. *Komunikasi KAREBA*, *5*(1), 192–209. https://www.google.com/search?q=Ries%2C+A.%2C+%26+Trout%2C+J.+%281981%29.+Positioning+The+Battle+of+Your+Mind.+New+York%3A+McGraw-Hill.+pdf&sca_esv=555716531&rlz=1C1ONGR_enID1046ID1046&sxsrf=AB5stBiWfXaZsTdM5dc_CurpTOXn4PEIBw%3A1691715245328&ei=rYbVZMHJE9

Hidayati, A., & Setiawan, H. (2023). Women and Budget: Pro Gender Government Expenditure Budget in Batang

Regency. *Bestuurskunde: Journal of Governmental Studies*, *113*(3), 13–25. https://doi.org/10.1111/j.1467-9442.2011.01655.x

Hutajulu, M. A. (2023). *Survei Kepercayaan Publik LSI: Kejagung Ketiga, Polri Makin Meningkat*. Detiknews. https://news.detik.com/berita/d-6664165/survei-kepercayaan-publik-lsi-kejagung-ketiga-polri-makin-meningkat

Indikator. (2021). Survei Nasional: Persepsi Pemilih Pemula dan Muda (Gen-Z dan Millenial) atas Permasalahan Krisis Iklim di Indonesia. *Survei Indikator Cerah*, *003*(8), 1–72. https://indikator.co.id/rilis-survei-indikator-cerah/

Khamim, A. B. M., & Sabri, M. F. (2019). Konglomerasi Media dan Partai Politik: Membaca Relasi MNC Group dengan Partai Perindo. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, *10*(2), 112. https://doi.org/10.14710/politika.10.2.2019.112-134

Komariah, K., & Kartini, D. S. (2019). Media Sosial dan Budaya Politik Generasi Milineal dalam Pemilu. *Aristo*, *7*(2), 228. https://doi.org/10.24269/ars.v7i2.1608

mediaindonesia. (2021). *Sudah Dua Parpol Melirik Isu Lingkungan*. Mediaindonesia. https://mediaindonesia.com/humaniora/375727/sudah-dua-parpol-melirik-isu-lingkungan

Octaviyani, P. R. (2019). *Isu Lingkungan Belum Jadi Prioritas Kampanye*. Mediaindonesia. https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/228720/isu-lingkungan-belum-jadi-prioritas-kampanye

Raco, J. (2018). *Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya*. https://doi.org/10.31219/osf.io/mfzuj

Ries, A., & Trout, J. (1981). *Positioning: The Battle for Your Mind Page* (Twentieth, Issue 1). McGraw-Hill. https://www.google.com/search?q=Ries%2C+A.%2C+%26+

Trout%2C+J.+%281981%29.+Positioning+The+Battle+of+Your+Mind.+New+York%3A+McGraw-Hill.+pdf&sca_esv=555716531&rlz=1C1ONGR_enID1046ID1046&sxsrf=AB5stBiWfXaZsTdM5dc_CurpTOXn4PEIBw%3A1691715245328&ei=rYbVZMHJE9

Setiawan, H., Kurniawan, N. I., & Santoso, P. (2022). Ecotheological Movement of the Muhammadiyah Environmental Council in Responsse to the Environmental Governance Crisis. *Millah*, *21*(3), 639–670. https://doi.org/10.20885/millah.vol21.iss3.art2

Suharyanto, A. (2016). Jurnal Administrasi PublikSebagai Salah Satu Media Penyampaian Informasi Politik pada Partisipasi Politik Masyarakat. *Jurnal Administrasi Publik*, *6*(2), 123–136. http://ojs.uma.ac.id/index.php/adminpublik

Supratiwi. (2013). PARTAI POLITIK & POLITIK HIJAU: Studi tentang Kepedulian Parpol terhadap Politik yang Prolingkungan di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Politik*, *2*(1), 109–117. www.kabarindonesia.com

ugm.ac.id. (2023a). *komunikasi Politik Digital: Jembatan Masyarakat dalam Membangun Persepsi Atas Aktor Politik*. Megashif.Fisipol.Ugm.c.Id. https://megashift.fisipol.ugm.ac.id/2023/07/03/komunikasi-politik-digital-jembatan-masyarakat-dalam-membangun-persepsi-atas-aktor-politik/

ugm.ac.id. (2023b). *Menghindari Jalan Buntu: Meninjau Dukungan Internal Partai Politik dalam Mencapai Tujuan Perubahan Iklim di Indonesia*. Megashift.Fisipol.Ugm. https://megashift.fisipol.ugm.ac.id/2023/05/01/menghindari-jalan-buntu-meninjau-dukungan-internal-partai-politik-dalam-mencapai-tujuan-perubahan-iklim-di-indonesia/

unair.ac.id. (2018). *Membedah Isu Kesehatan dalam Kampanye Politik Pilpres 2019*. Kesmas.Unair.Ac.Id. https://doi.org/http://news.unair.ac.id/2018/12/17/membedah-isu-kesehatan-dalam-kampanye-politik-pilpres-2019/

Walhi. (2023). *WALHI Ajak Pilih Pemimpin Peduli Lingkungan*. Walhi.Riau.Id. https://www.walhiriau.or.id/2023/01/31/walhi-ajak-pilih-pemimpin-peduli-lingkungan/

PRAGMATISME POLITIK: PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEBIJAKAN PUBLIK

Kekuatan Media Sosial dalam Kebijakan Publik

Platform media sosial, seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan LinkedIn, telah mengubah komunikasi yang semula luring menjadi daring. Media sosial memungkinkan interaksi *online* yang memudahkan berbagi konten dan berkomunikasi secara internasional (Bruhn *et al*., 2012). Bisnis memanfaatkan media sosial untuk menjangkau pelanggan dengan target yang spesifik, melakukan kemitraan dengan *influencer*, dan memperluas jangkauan pelanggan serta meningkatkan hubungan dengan konsumen (Bruhn *et al*., 2012). Namun, evolusi ini tidak hanya berdampak dalam hal bisnis, tetapi media sosial juga memengaruhi wacana publik dan gerakan sosial (Bruhn *et al*., 2012). Media sosial menjadi alat yang ampuh untuk membentuk bagaimana individu terhubung dan berinteraksi dengan dunia (Bruhn *et al*., 2012). Dalam kaitannya dengan ilmu politik, media sosial dapat dilihat sebagai corong utama yang dapat memengaruhi kebijakan publik terutama dalam mendorong wacana publik.

Media sosial sebagai media komunikasi dapat memfasilitasi individu (aktor) untuk berpartisipasi aktif dengan memberikan respons sehingga terbentuk dialog interaktif (Nasrullah, 2022). Menurut penjelasan Nasrallah (2022), fungsi media sosial dapat dilihat sebagai berikut; *pertama,* media sosial sebagai sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan. *Kedua,* media sosial sebagai sarana dokumentasi, administrasi, dan integrasi. *Ketiga,* media sosial sebagai sarana perencanaan, strategi, dan manajemen. Dalam aspek politik, terdapat beberapa fungsi media sosial bagi masyarakat. Media sosial dapat digunakan sebagai sarana kontrol, evaluasi, dan alat tekan publik terhadap pemerintah. Hal tersebut lantaran media sosial dapat menyebarkan informasi dan pendapat dengan cepat sehingga mengarah pada diskusi luas mengenai peristiwa kontroversial atau kebijakan pemerintah (Shamilishvili, 2023). Selain itu, hal ini memfasilitasi interaksi dua arah antara pemerintah dan masyarakat, mendorong keterlibatan aktif, pemberian umpan balik, dan pengorganisasian protes terhadap kebijakan yang tidak tepat (Haro-de-Rosario *et al*., 2016).

Media sosial telah mengubah lanskap wacana publik dan mobilisasi kebijakan. Kemampuan media sosial untuk mengorganisasi kampanye *online* dan memicu diskusi yang meluas mengenai isu-isu kebijakan tertentu telah terbukti dalam berbagai konteks (Mergel, 2013). Arab Spring menjadi contoh bagaimana media sosial memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi mengenai protes dan mengorganisasi masyarakat, menunjukkan kekuatannya dalam mobilisasi massa dan perubahan politik (Mergel, 2013). Namun, kekuatan ini juga disertai dengan tantangan yang signifikan, seperti masalah privasi dan keamanan data, serta penyebaran informasi yang salah atau berita palsu (Dunn & Woo, 2019). Penyebaran informasi yang salah di media

sosial telah terbukti memengaruhi opini publik dan bahkan hasil pemilu sehingga penting untuk melakukan verifikasi fakta dan sumber informasi yang akurat di era digital (Dunn & Woo, 2019).

Terlepas dari tantangan-tantangan tersebut, media sosial menawarkan peluang unik untuk partisipasi publik dalam proses pembuatan kebijakan. Media sosial memungkinkan suara-suara yang biasanya tidak terdengar menjangkau khalayak yang lebih luas dan memberikan kesempatan bagi masyarakat sipil untuk berinteraksi langsung dengan pembuat kebijakan (Grover & Kar, 2020). Hal ini memaksa pemerintah dan lembaga-lembaga untuk menjadi lebih transparan dan responsif terhadap kebutuhan dan keinginan publik (Santoso *et al*., 2020). Oleh karena itu, sangat penting bagi pemerintah dan pembuat kebijakan untuk memahami dan memanfaatkan dinamika media sosial untuk menginformasikan dan membentuk kebijakan yang lebih responsif dan inklusif, sekaligus mengatasi tantangan terkait privasi, keamanan, dan kebenaran informasi (Mergel, 2013).

Media sosial telah menjadi alat dalam memengaruhi proses pembuatan kebijakan publik. Melalui platform media sosial, individu dapat dengan mudah berkumpul untuk mengekspresikan pendapat mereka tentang sebuah kebijakan, yang mengarah pada pembentukan gerakan massa yang dapat menekan pemerintah untuk merespons dengan membuat atau mengubah kebijakan (Lü, 2014). Selain itu, media sosial memainkan peran penting dalam membentuk opini publik dengan menyajikan informasi dan narasi yang dapat memengaruhi bagaimana kebijakan dipersepsikan dan didiskusikan oleh masyarakat (Katikireddi & Hilton, 2014). Pengaruh terhadap opini publik ini pada gilirannya dapat menciptakan tekanan politik yang memaksa politisi dan pejabat pemerintah untuk merespons sehingga berdampak

pada arah dan prosedur pembuatan kebijakan (Abraham & Khatra, 2022).

Para pelaku kebijakan semakin menyadari pentingnya media massa, termasuk media sosial, dalam memengaruhi opini publik dan menggunakannya secara strategis untuk membentuk kebijakan (Katikireddi & Hilton, 2014). Analisis media sosial telah terbukti memberikan wawasan yang berharga di berbagai fase siklus kebijakan, membantu para pembuat kebijakan dalam pengambilan keputusan (Cerón & Negri, 2016). Seperti misalnya penggunaan media sosial dalam kebijakan kesehatan telah menunjukkan potensi yang signifikan terhadap desain penelitian dan penerjemahan pengetahuan, yang menggarisbawahi terhadap pengembangan kebijakan (Roland, 2018).

Wacana seputar masalah kebijakan publik telah berkembang dengan munculnya media sosial yang melibatkan demografi yang lebih luas dari individu yang terlibat langsung dalam tindakan politik (Adams *et al*., 2011). Pemerintah secara aktif berupaya memanfaatkan kekuatan media sosial sebagai sumber komunikasi dan keterlibatan, dengan menyadari jangkauan dan dampaknya yang luas terhadap wacana publik (Jacobson & Tufts, 2012). Selain itu, pandemi Covid-19 telah menyoroti pentingnya media sosial dalam menyebarkan informasi, memengaruhi perilaku publik, dan membentuk respons pemerintah terhadap krisis (Holtz *et al*., 2020; Calnan, 2020).

Pragmatisme Politik dalam Pembuatan Kebijakan Publik

Pragmatisme politik adalah pendekatan yang menekankan pada pengambilan keputusan yang didasarkan pada keadaan konkret dan hasil yang diharapkan masyarakat, daripada pada ideologi atau prinsip yang bersifat dogmatis (Dunn, 2019). Da-

lam konteks pembuatan kebijakan, pendekatan pragmatis bertujuan mengutamakan efektivitas dan kemanfaatan praktis dari suatu kebijakan, tanpa terlalu mempermasalahkan apakah kebijakan yang dibuat tersebut sesuai dengan doktrin ideologis tertentu (Dunn, 2019). Pragmatisme politik dalam pembuatan kebijakan dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut, *Pertama,* melakukan analisis terhadap fakta dan bukti kondisi lapangan sebagai landasan utama dalam pengambilan keputusan sebuah kebijakan. Langkah pragmatis ini sejalan dengan penelitian oleh Rizvi *et al*. (2020) yang menekankan bahwa implementasi kebijakan kesehatan mayoritas lebih bersifat politis daripada teknis dengan ide-ide yang kontroversial dan pemangku kepentingan yang beragam. *Kedua*, kompromi dan negosiasi dengan pihak-pihak yang berkepentingan menjadi bagian tak terpisahkan dalam pragmatisme politik. Hal tersebut sebagaimana disampaikan oleh Caplan (1979) bahwa pembuat kebijakan di pemerintahan cenderung berorientasi praktis dan berfokus pada tindakan sehingga hal ini menunjukkan pentingnya proses kompromi dalam pengambilan keputusan. *Ketiga,* dalam pendekatan pragmatis, pembuat kebijakan di pemerintahan juga cenderung fleksibel yang memungkinkan kebijakan dapat beradaptasi dengan perubahan kondisi dan keadaan yang terjadi. Hal ini sejalan dengan temuan Stevens (2010) yang menyatakan bahwa dalam membuat kebijakan, bukti digunakan untuk menciptakan narasi kebijakan yang persuasif. *Keempat*, penggunaan alat kebijakan yang tepat untuk mencapai tujuan yang diinginkan juga menjadi indikator dalam pendekatan pragmatis. Seperti temuan Boswell (2008), pemanfaatan ahli dapat digunakan sebagai stabilitas organisasi dan tingkat kontroversi dalam area kebijakan.

Pragmatisme politik pemanfaatan media sosial dalam kebijakan publik di antaranya tercermin dalam berbagai aksi berikut:

Pragmatisme Politik dalam Pemanfaatan Media Sosial	Deskripsi
Kampanye Politik di Media Sosial	Partai politik/calon kepala daerah/ legislatif/pemimpin/politisi dapat memanfaatkan platform media sosial untuk memperluas jangkauan dan mendapatkan dukungan pemilih atau masyarakat dengan strategi yang disesuaikan dengan preferensi dan demografi target.
Komunikasi Interaktif dengan Publik	Pemerintah menggunakan media sosial untuk berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat, merespons pertanyaan dan masukan, serta menjelaskan kebijakan secara lebih transparan.
Penggunaan *Data Analytics*	Pemerintah dapat menggunakan analisis data dari media sosial untuk memahami preferensi, kekhawatiran, dan tren masyarakat sehingga dapat merancang kebijakan yang lebih relevan dan efektif.
Konten yang Disesuaikan dengan Audiens	Politisi atau pemerintah dapat menciptakan konten yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan audiens di media sosial untuk meningkatkan keterlibatan dan dukungan.
Pendekatan Berbasis Data untuk Pengambilan Keputusan	Keputusan kebijakan dapat berdasarkan pada analisis data dan tren di media sosial untuk memastikan kebijakan yang diambil mencerminkan kebutuhan dan keinginan masyarakat secara akurat. Teknologi seperti *big data analysis* untuk menganalisis sentimen masyarakat terhadap suatu kasus dapat digunakan sebagai landasan untuk pengambilan keputusan.

Aktor Media Sosial yang dapat Memengaruhi Kebijakan Publik

Aktor media sosial yang dapat memengaruhi kebijakan publik dapat dibagi menjadi beberapa kasus sebagai berikut.

1. ***Pengguna Individu.*** Pengguna media sosial secara individu dapat menjadi aktor yang memengaruhi kebijakan publik. Mereka dapat menggunakan media sosial untuk menyuarakan pendapat mereka, mengorganisasi gerakan politik, atau mengkritik kebijakan yang ada.
2. ***Politikus.*** Politisi dan para pemimpin politik, baik di tingkat lokal maupun nasional, dapat menggunakan media sosial untuk memengaruhi pembentukan kebijakan publik. Mereka dapat menggunakan platform tersebut untuk berkomunikasi langsung dengan pemilih, mengampanyekan kebijakan mereka, atau merespons opini publik yang berkembang.
3. ***Organisasi Masyarakat Sipil (LSM/NGO).*** Kelompok masyarakat sipil dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menggalang dukungan sesuai tujuan mereka dan memengaruhi pembuat kebijakan. Mereka dapat menggunakan platform tersebut untuk memobilisasi massa, menyebarkan informasi, dan memengaruhi agenda politik.
4. ***Media Tradisional yang Berbasis Online.*** Media tradisional yang berbasis *online* juga memiliki peran dalam memengaruhi kebijakan publik melalui konten yang mereka publikasikan di platform media sosial. Mereka dapat menyajikan berita, analisis, dan opini yang memengaruhi persepsi publik tentang suatu kebijakan atau isu tertentu.
5. ***Influencer dan Figur Publik.*** Para *influencer* dan figur publik yang memiliki banyak pengikut di media sosial juga dapat memengaruhi opini publik tentang suatu kebijakan atau isu. Mereka dapat menggunakan platform media sosial mereka

untuk memberikan dukungan atau kritik terhadap kebijakan tertentu, yang kemudian dapat memengaruhi pandangan masyarakat luas. Contoh: Elon Musk, Mark Zuckerberg, Pavel Durov, Cristiano Ronaldo, dsb.

Aspek Pengaruh Media Sosial dalam Kebijakan Publik

Ada beberapa aspek pengaruh media sosial dalam kebijakan publik dapat dipaparkan dalam tabel berikut:

Aspek	Deskripsi	Contoh
Pemberdayaan Masyarakat	Media sosial memungkinkan masyarakat luas untuk berpartisipasi dalam diskusi kebijakan publik secara aktif.	Kampanye *online* untuk reformasi pendidikan.
Transparansi Kebijakan	Keterbukaan pemerintah dalam menyampaikan kebijakan dan keputusan melalui media sosial.	Pemerintah mengumumkan kebijakan baru di Twitter/ Instagram/Facebook resmi milik pemerintah sehingga masyarakat dapat langsung tanggap terhadap kebijakan baru tersebut.
Pengawas oleh Masyarakat	Masyarakat menggunakan media sosial untuk memantau dan mengkritik kebijakan yang dijalankan pemerintah.	*Hastag* yang menentang sebuah kebijakan, contoh: kebijakan imigrasi, kebijakan jalan satu arah, dan sebagainya.
Mobilisasi Aksi	Organisasi dan individu memanfaatkan media sosial untuk mengorganisasi demonstrasi aksi lingkungan.	Koordinasi demonstrasi melalui Facebook dan Twitter.

Pengaruh Langsung pada Pembuat Kebijakan	Langsung berinteraksi dengan pembuat kebijakan melalui platform media sosial.	Warga menge-*tag* pejabat lokal di daerah, partai politik atau politisi pada suatu *posting*-an terkait masalah lokal ataupun masalah nasional.
Diseminasi Informasi	Cepatnya penyebaran informasi mengenai kebijakan dan isu terkini kepada publik.	Media sosial memungkinkan masyarakat berbagi kebijakan baru yang akan diterapkan, permasalahan kebijakan di tingkat lokal, bahkan tingkat nasional.
Propaganda dan Misinformasi	Penggunaan media sosial untuk menyebarkan informasi yang salah atau bias yang mengaruhi opini publik.	Adanya misinformasi tentang vaksinasi Covid-19, atau beberapa isu dan kebijakan yang tidak benar.

Penggunaan Media Sosial dalam Memengaruhi Kebijakan Publik

Beberapa litaratur yang menjelaskan contoh positif penggunaan media sosial dalam memengaruhi kebijakan publik setidaknya dijelaskan oleh Fadlan *et al* (2019), Prawira *et al* (2022). Fadlan *et al* (2019) menjelaskan partisipasi media sosial guna memengaruhi kebijakan publik pada pemerintah Kota Padang. Sistem kerja dimulai oleh pengelola media sosial mencari informasi, misal kasus yang sedang *trending* saat ini adalah masuknya wisatawan dari Cina ke Sumatera Barat di tengah pandemi Covid-19. Para pengelola media sosial membuat video atau meme tentang kebijakan pemerintah Kota Padang. *Posting*-an video atau meme ini membentuk dialog di media sosial Facebook, TikTok atau Instagram yang dapat membentuk petisi atau aksi guna menentang masuknya wisatawan dari Cina di tengah

menyebarnya virus corona-19. Masyarakat menolak kebijakan yang dikeluarkan pemerintah Kota Padang dan segera memberlakukan kebijakan baru, yaitu menolak atau mengusir wisatawan Cina dari Sumatera Barat.

Pada konteks kasus di Kota Padang, penggunaan positif media sosial dapat melakukan mobilisasi massa. Mobilisasi dapat berupa tindakan atau petisi menentang kebijakan yang tengah berjalan. Tekanan eksternal dari media sosial dapat memengaruhi kebijakan pemerintah Kota Padang, misal: terkait kebijakan permindo *night market* dicetuskan dari hasil diskusi dengan generasi muda dan *feedback* yang terdapat dalam ruang lingkup media sosial (Fadlan *et al*., 2019).

Penjelasan yang sama dipaparkan oleh Prawira *et al.* (2022) mengenai wacana publik pada media sosial terhadap Peraturan Daerah untuk Kawasan Tanpa Rokok (KTR) dan program Gerakan Mamuju Mappaccing di Polewali Mandar. Respons publik sangat positif dalam perumusan, baik sebelum serta setelah pengesahannya. Wacana masyarakat di media sosial ikut andil dalam mendukung akan terlaksananya perda tersebut. Bentuk dukungan masyarakat ada berbagai macam, misalnya di media sosial Facebook, ada yang memberikan dukungan berupa opini, kiriman foto di salah satu akun yang mendukung perda kawasan tanpa rokok (Prawira *et al*., 2022).

Masalah dan Tantangan Media Sosial dalam memengaruhi Kebijakan Publik

Dalam memengaruhi kebijakan publik, tantangan penggunaan media sosial, di antaranya sebagai berikut.

Privasi dan Keamanan Data

Penggunaan media sosial dalam memengaruhi kebijakan publik menghadirkan tantangan terkait privasi dan keamanan

data. Skandal yang melibatkan Cambridge Analytica dan Facebook merupakan contoh penyalahgunaan data pribadi jutaan pengguna untuk pengaruh politik untuk memengaruhi pemilihan presiden di Amerika Serikat (Bofa, 2022). Hal ini menyoroti kerentanan data pribadi dan potensi penggunaannya yang eksploitatif dalam politik. Dewi (2016) membahas perlindungan hukum atas privasi dan data pribadi dalam konteks komputasi awan, menyoroti tantangan yang berkembang dalam menjaga privasi di era digital (Dewi, 2016) . Selain itu, penelitian (2021) tentang keamanan informasi dan kesadaran privasi pada pengguna media sosial relevan karena membahas aspek penting dari kesadaran dan kesadaran pengguna mengenai keamanan data dan privasi mereka di lingkungan *online* (Gunawan, 2021).

Misinformasi dan Disinformasi

Proliferasi misinformasi dan disinformasi adalah tantangan besar lainnya yang dihadapi oleh media sosial. Dengan kecepatan penyebaran informasi yang tinggi, berita palsu dapat viral dalam hitungan jam, memengaruhi opini publik dan kebijakan secara signifikan. Platform seperti Facebook dan Twitter telah mengambil langkah untuk mengidentifikasi dan mengurangi berita palsu, tetapi tetap merupakan perjuangan konstan untuk memastikan keakuratan informasi yang beredar di media sosial.

Polarisasi dan Ekokamar

Media sosial cenderung menciptakan 'ekokamar' atau 'kamar gema', di mana individu hanya terpapar pada informasi yang memperkuat pandangan mereka sendiri, mengisolasi mereka dari pandangan yang berlawanan. Hal ini dapat meningkatkan polarisasi dalam masyarakat, membuat dialog yang konstruktif antara berbagai kelompok menjadi lebih sulit. Polarisasi ini sering kali terlihat dalam debat politik di media sosial, di ma-

na diskusi sering kali menjadi argumentatif dan penuh konflik, bukan mencari kesepahaman atau solusi.

Pengaruh terhadap Pembuat Kebijakan

Media sosial juga memberi tekanan baru kepada pembuat kebijakan. Karena respons publik terhadap suatu isu dapat berkembang dengan cepat di media sosial, pembuat kebijakan sering kali merasa perlu untuk bereaksi secepat mungkin, terkadang tanpa analisis mendalam atau pertimbangan yang cukup. Hal ini bisa mengarah pada kebijakan yang dibuat terburu-buru dan tidak efektif atau kebijakan yang terlalu berfokus pada kepopuleran daripada substansi.

Manipulasi dan Penggunaan Media Sosial oleh Aktor Luar

Media sosial mudah dimanipulasi oleh aktor luar, termasuk pemerintah asing atau organisasi yang ingin memengaruhi kebijakan dalam suatu negara. Contohnya, dugaan campur tangan Rusia dalam pemilihan presiden AS 2016 menunjukkan bagaimana media sosial dapat digunakan sebagai alat untuk propaganda dan pengaruh politik.

Penutup Pemanfaatan Kebijakan

Pada era digital saat ini, media sosial telah menjadi alat yang sangat berharga bagi pemerintah lokal dalam merumuskan kebijakan publik. Penggunaan media sosial memungkinkan pemerintah untuk berkomunikasi secara langsung dengan warga, mengumpulkan umpan balik secara *real time* dan meningkatkan partisipasi publik dalam proses pembuatan kebijakan. Oleh karena itu, sangat disarankan agar pemerintah lokal memanfaatkan platform ini untuk mendengarkan kebutuhan dan masukan dari masyarakat. Selain itu, penting bagi pemerintah untuk mengembangkan kebijakan yang mendukung literasi digital dan

etika *online* agar interaksi dalam media sosial dapat berlangsung secara positif dan produktif. Pemerintah juga perlu menginvestasikan sumber daya dalam pelatihan personil untuk mengelola interaksi media sosial secara efektif dan memastikan bahwa informasi yang disampaikan adalah akurat dan tepercaya. Melalui strategi-strategi ini, pemerintah lokal dapat lebih efektif dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat bantu dalam pembuatan kebijakan yang inklusif dan responsif.

Daftar Pustaka

Abraham, A. and Khatra, K. (2022). Media and urban governance: the quest for sustainable cities and communities. Ecs Transactions, 107(1), 16639-16648. https://doi.org/10.1149/10701.16639ecst

Adams, A., Lomax, G., & Santarini, A. (2011). Social media & stem cell science: examining the discourse. Regenerative Medicine, 6(6s), 121-124. https://doi.org/10.2217/rme.11.82

Bofa, M., Wawan Budi, D., & Sudirman, A. (2022). Data rights di era surveillance capitalism: skandal data cambridge analytica & facebook dalam pemilihan presiden amerika serikat 2016. Hasanuddin Journal of International Affairs, 2(2), 144-159. https://doi.org/10.31947/hjirs.v2i2.22686

Bruhn, M., Schoenmueller, V., & Schäfer, D. B. (2012). Are Social Media Replacing Traditional Media in Terms of Brand Equity Creation? *Management Research Review*. https://doi.org/10.1108/01409171211255948

Calnan, M. (2020). Health policy and controlling covid-19 in england: sociological insights. Emerald Open Research, 2, 40. https://doi.org/10.35241/emeraldopenres.13726.2

Cerón, A. and Negri, F. (2016). The “social side” of public policy: monitoring online public opinion and its mobilization during the policy cycle. Policy & Internet, 8(2), 131-147. https://doi.org/10.1002/poi3.117

Dewi, S. (2016). Konsep perlindungan hukum atas privasi dan data pribadi dikaitkan dengan penggunaan cloud computing di indonesia. Yustisia Jurnal Hukum, 5(1). https://doi.org/10.20961/yustisia.v5i1.8712

Dunn, P. H. and Woo, B. K. (2019). Social media's role in the dissemination of health information. Journalof the American Geriatrics Society, 67(9), 1989-1990. https://doi.org/10.1111/jgs.16070

Dunn, W. N. (2019). *Pragmatism and the Origins of the Policy Sciences: Rediscovering Lasswell and the Chicago School*. Cambridge: Cambridge University Press.

Fadlan, M., Khaidir, A., & Putri, N. E. (2019). Partisipasi Media Sosial Untuk Memengaruhi Kebijakan Publik Pemerintah Kota Padang. *Jurnal Manajemen Dan Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*, *1*(4), 4. https://doi.org/10.24036/jmiap.v1i4.108

Gunawan, H. (2021). Pengukuran kesadaran keamanan informasi dan privasi dalam sosial media. Jurnal Muara Sains Teknologi Kedokteran Dan Ilmu Kesehatan, 5(1), 1. https://doi.org/10.24912/jmstkik.v5i1.3456

Haro-de-Rosario, A., Sáez-Martín, A., & Caba-Pérez, C. (2016). Using social media to enhance citizen engagement with local government: twitter or facebook?. New Media &Amp; Society, 20(1), 29-49. https://doi.org/10.1177/1461444816645652

Holtz, D., Zhao, M., Benzell, S., Cao, C., Rahimian, M., Yang, J., … & Aral, S. (2020). Interdependence and the cost of uncoordinated responsses to covid-19.. https://doi.org/10.31219/osf.io/b9psy

Jacobson, W. and Tufts, S. (2012). To post or not to post. Review of Public Personnel Administration, 33(1), 84-107. https://doi.org/10.1177/0734371x12443265

Katikireddi, S. and Hilton, S. (2014). How did policy actors use mass media to influence the scottish alcohol minimum unit pricing debate? comparative analysis of newspapers, evidence submissions and interviews. Drugs Education Prevention and Policy, 22(2), 125-134. https://doi.org/10.3109/09687637.2014.977228

Lü, X. (2014). Social policy and regime legitimacy: the effects of education reform in china. American Political Science Review, 108(2), 423-437. https://doi.org/10.1017/s0003055414000124

Mergel, I. (2013). A framework for interpreting social media interactions in the public sector. Government Information

Quarterly, 30(4), 327-334. https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.05.015

Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, R. (2022). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Prenada Media.

Prawira, M. R., Ardiputra, S., Hidayat, R., Artanti, A., & Dewi, N. (2022). Analisis Dampak Wacana Publik Di Media Massa Dan Media Sosial Terhadap Kebijakan Publik (Sulawesi Barat). *MANDAR: Social Science Journal*, *1*(1), 74–85. https://doi.org/10.31605/mssj.v1i1.1776

Shamilishvili, I. and Sabashvili, G. (2023). The role of social media in shaping public opinion. ,,Intercultural Dialogues" Transactions. https://doi.org/10.52340/idw.2023.87

Qadri, M. (2020). Pengaruh Media Sosial Dalam Membangun Opini Publik. *Qaumiyyah: Jurnal Hukum Tata Negara*, *1*(1), 1. https://doi.org/10.24239/qaumiyyah.v1i1.4

Roland, D. (2018). Social media, health policy, and knowledge translation. Journal of the American College of Radiology, 15(1), 149-152. https://doi.org/10.1016/j.jacr.2017.09.009

Zabidi, N. and Wang, W. (2021). The use of social media platforms as a collaborative supporting tool: a preliminary assessment. International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM), 15(06), 138. https://doi.org/10.3991/ijim.v15i06.20619

Teguh Anggoro

KEBIJAKAN PERTAHANAN NIRMILITER DI INDONESIA

Indonesia adalah bangsa yang besar dengan memiliki sekitar 17.001 pulau yang tersebar dari Sabang sampai dengan Merauke, dengan luas sekitar 8,3 juta km², memiliki sekitar 11.622 warisan budaya yang dicatat dan 1.728 di antaranya telah ditetapkan, serta memiliki 718 bahasa daerah. Sebagai sebuah negara yang besar, maka dalam melangsungkan hidupnya perlu memiliki kesiapan dalam menghadapi segala bentuk ancaman terhadap integritas wilayah, kedaulatan negara, dan keselamatan bangsanya.

Kekuatan militer suatu negara adalah elemen utama (*main elements*) dari suatu kekuatan nasional yang eksistensinya mutlak diperlukan untuk melindungi kepentingan nasional dalam rangka menjamin kelangsungan hidup suatu negara (Steyn, 2006), khususnya bagi negara yang memiliki konstelasi geografi dan kondisi sosio-demografi seperti Indonesia.

Dengan berbagai konstelasi yang terjadi pada lingkungan strategis, global, regional, dan nasional, Indonesia harus mampu membangun sistem pertahanannya, baik membangun postur TNI (Harsono, 2009) dan postur pertahanan nirmiliternya sehingga dapat melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh

tumpah darah Indonesia, sesuai dengan amanat Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 pada alinea keempat.

Pertahanan negara merupakan kekuatan bersama atau kolaborasi (sipil dan militer) yang mana diimplementasikan oleh negara guna menjamin integritas wilayahnya, perlindungan dari orang dan/atau menjaga kepentingan-kepentingannya. Penyelenggaraan pertahanan negara harus mengacu pada tujuan mempertahankan kedaulatan negara dan keutuhan wilayah. Sistem pertahanan Indonesia adalah sistem pertahanan semesta. Hal ini mengacu pada Undang-Undang Dasar 1945 pasal 30 ayat (2), "Usaha pertahanan dan keamanan negara dilaksanakan melalui sistem pertahanan dan keamanan rakyat semesta oleh Tentara Nasional Indonesia dan Kepolisian Negara Republik Indonesia, sebagai kekuatan utama, dan rakyat, sebagai kekuatan pendukung". Undang-Undang No. 3 Tahun 2002 tentang Pertahanan Negara Pasal 2, "Hakikat pertahanan negara adalah segala upaya pertahanan bersifat semesta yang penyelenggaraannya didasarkan pada kesadaran atas hak dan kewajiban warga negara serta keyakinan pada kekuatan sendiri" dan Undang-Undang No. 34 Tahun 2004 tentang Tentara Nasional Indonesia pasal Pasal 1 ayat (6), "Sistem Pertahanan Negara adalah sistem pertahanan yang bersifat semesta yang melibatkan seluruh warga negara, wilayah, dan sumber daya nasional lainnya, serta dipersiapkan secara dini oleh pemerintah dan diselenggarakan secara total, terpadu, terarah, berkesinambungan, dan berkelanjutan untuk menegakkan kedaulatan negara, mempertahankan keutuhan wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia, dan melindungi keselamatan segenap bangsa dari setiap ancaman".

Kebijakan Pertahanan Indonesia

Pengertian kebijakan, yaitu apa pun yang menjadi pilihan pemerintah untuk melakukan ataupun tidak melakukan (*whatever governments choose to do or not to do*) Thomas R. Dye (1995). Makna dari pengertian di atas adalah tindakan/keputusan pemerintah, baik secara implisit ataupun eksplisit, merupakan kebijakan. Maknanya adalah kebijakan dilaksanakan badan/instansi pemerintah dan kebijakan memiliki berbagai alternatif pilihan untuk melakukan atau tidak melakukan.

Kebijakan pertahanan merupakan salah satu kebijakan publik, yaitu kebijakan pemerintah yang dibuat oleh pemerintah sebagai pembuat kebijakan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu di masyarakat di mana dalam penyusunannya melalui berbagai tahapan (Dunn, 1998: 24). Demikian pula pada kebijakan di bidang pertahanan. Di mana Kementerian Pertahanan adalah pelaksana fungsi pemerintah di bidang pertahanan negara.

Menurut Peter L. Hays dkk. dalam Supriyatno (2014: 130–131) mendefinisikan kebijakan pertahanan dalam empat cara, yaitu *pertama*, kebijakan pertahanan adalah sebuah perencana-an atau kegiatan yang berkaitan dengan rekruitmen, latihan, pengorganisasian, pemberian perlengkapan, pengerahan, dan penggunaan kekuatan bersenjata (*a plan or course of action regarding the recruitment, training, organizing, equipping, deployment, and the use of the armed forces*).

Kedua, sebagai komponen militer dari strategi keamanan nasional, kebijakan pertahanan merujuk pada bagaimana menjaga negara, keselamatan rakyatnya, dan kepentingan nasional melalui ancaman dan penggunaan kekuatan militer secara nyata.

Ketiga, kebijakan pertahanan adalah suatu proses politik. Hal ini tecermin dari adanya masukan (*input*) yang terdiri dari lingkungan internasional dan domestik. Masukan ini dikomuni-

kasikan kepada para pembuat kebijakan (*policy maker*) dan para *implementer*. *Output* yang dihasilkan dari aktivitas para pembuat dan para *implementer* tersebut akan mengeluarkan *feedback* dan menjadi masukan kembali ke dalam suatu sistem untuk membuat *input* tambahan.

Keempat, kebijakan pertahanan juga merupakan suatu 'bidang kajian' terutama yang mengombinasikan hubungan internasional dan politik negara dengan beberapa elemen komparatif, seperti ilmu politik, filsafat politik, sejarah, ekonomi, hukum, psikologi, dan sosiologi. Di negara-negara barat dikatakan bahwa proses pengambilan keputusan tentang pertahanan sangat didominasi oleh politisi dan birokrat, "*Defence policy is too important to be left political elites, especially unelected bureaucrats*" (Hays: 1997). Adapun kebijakan bidang pertahanan akan digunakan sebagai pedoman dalam mengembangkan penggunaan kekuatan militer dengan berbagai keterbatasan yang dimiliki negara. Robert Art mengategorisasikan penggunaan militer, seperti untuk pertahanan (*defence*), penangkalan (*deterrence*), pemaksaan (*compellence*), dan *show of force* (*swaggering*) (Hays: 1997). Pertahanan akan selalu merujuk pada penggunaan kekuatan militer untuk menghentikan serangan dari negara lain dan meminimalisasi akibat dari serangan tersebut.

Menurut Supriyatno (2014), kebijakan pertahanan (negara atau nasional) Indonesia merujuk pada tujuh dokumen kebijakan, antara lain:

a. Kebijakan Umum Pertahanan Negara yang ditandatangani oleh Presiden RI;
b. Kebijakan Penyelenggaraan Pertahanan Negara yang ditandatangani oleh Menteri Pertahanan;
c. Buku Putih Pertahanan Indonesia;
d. Strategi Pertahanan Negara;

e. Doktrin Pertahanan Negara;
f. Postur Pertahanan Negara; dan
g. *Minimum Essential Force* Komponen Utama.

Penyelenggaraan pertahanan negara di Indonesia dipengaruhi oleh perkembangan lingkungan strategis yang dinamis serta berbagai ancaman yang sangat memungkinkan bagi Indonesia. Yang perlu dipedomani dalam perkembangan lingkungan strategis antara lain: dinamika keamanan lingkungan strategis di kawasan Asia Pasifik; modernisasi kekuatan militer di kawasan; isu perbatasan antarnegara; konflik intra dan antarnegara; kecenderungan konflik kontemporer; isu senjata pemusnah massal; terorisme; spionase; kejahatan lintas negara; perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi; perubahan iklim; bencana alam; keamanan pangan, air, dan energi; epidemi; perkembangan lingkungan strategis nasional; dan prediksi ancaman ke depan (Kemhan, 2015). Sedangkan ancaman nyata yang sangat memungkinkan terjadi ke depan bagi Indonesia, seperti: terorisme dan radikalisme; separatisme dan pemberontakan bersenjata; bencana alam; pelanggaran wilayah perbatasan; perompakan dan pencurian kekayaan alam; wabah penyakit; serangan siber dan spionase; peredaran dan penyalahgunaan narkoba.

Dihadapkan dengan lingkungan strategis serta ancaman yang ada, maka kebijakan pertahanan Indonesia saat ini perlu dalam membangun pertahanan yang tangguh dengan memiliki kemampuan daya tangkal yang hebat sehingga memiliki posisi tawar dalam menjaga kedaulatan negara dan keutuhan wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia, serta keselamatan seluruh masyarakat Indonesia.

Merujuk pada Kebijakan Umum Pertahanan Negara Tahun 2020-2024, kebijakan pertahanan negara di Indonesia diarahkan

pada: pertama, Kebijakan Umum Pertahanan Militer; kedua, Kebijakan Umum Pertahanan Nirmiliter.

Kebijakan Umum Pertahanan Militer terdiri atas:

a. Kebijakan Pembangunan, diarahkan untuk membangun:
   1) Kebijakan pembangunan karakter bangsa;
   2) Kebijakan pembangunan postur;
   3) Kebijakan pembangunan kelembagaan;
   4) Kebijakan pembangunan wilayah pertahanan;
   5) Kebijakan pembangunan teknologi dan industri pertahanan;
   6) Kebijakan pembangunan kerja sama internasional.
b. Kebijakan pembinaan kemampuan, diarahkan untuk membangun:
   1) Kebijakan pembinaan kemampuan komponen utama;
   2) Kebijakan pembinaan kemampuan Komcad;
c. Kebijakan pembinaan komponen pendukung;
d. Kebijakan pengerahan dan penggunaan kekuatan;
e. Kebijakan anggaran;
f. Kebijakan pengawasan.

Kebijakan Umum Pertahanan Nirmiliter diarahkan pada:

a. Kebijakan pembangunan, diarahkan untuk membangun:
   1) Kebijakan pembangunan karakter bangsa;
   2) Kebijakan pembangunan postur nirmiliter;
   3) Kebijakan pembangunan kelembagaan;
   4) Kebijakan pembangunan kerja sama;
   5) Kebijakan pembangunan industri pertahanan.
b. Kebijakan pembinaan kemampuan, diarahkan membangun:
   1) Mendayagunakan sumber daya nasional untuk meningkatkan kemampuan pertahanan nirmiliter;
   2) Menyelenggarakan pembinaan kemampuan pertahanan nirmiliter pada masing-masing kementerian/lembaga;

3) Meningkatkan kemampuan kementerian/lembaga dan pemda dalam menghadapi ancaman nonmiliter;
4) Mewujudkan pelaksanaan penanganan ancaman nonmiliter oleh kementerian/lembaga dan pemda secara terukur.

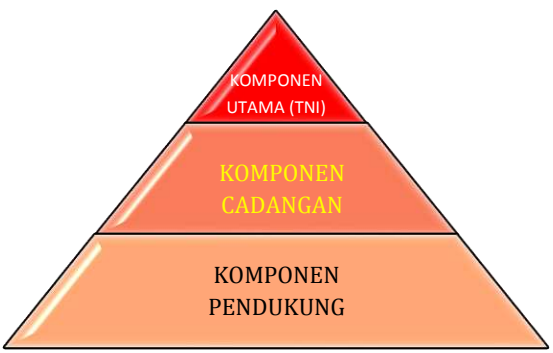
c. Kebijakan penggunaan dan pemanfaatan sumber daya nasional;
d. Kebijakan regulasi;
e. Kebijakan anggaran;
f. Kebijakan pengawasan dan pengendalian;
g. Kebijakan penyelenggaraan pertahanan nirmiliter.

Sistem Pertahanan Negara

Sistem pertahanan di Indonesia terbagi atas dua, yaitu pertahanan militer dan pertahanan nirmiliter. Pertahanan militer merupakan bentuk pertahanan dalam rangka menangkal serangan militer dari luar terhadap negara. Dalam hal ini, TNI sebagai komponen utama menjadi garda terdepan dalam pertahanan militer dengan dibantu oleh komponen cadangan dan komponen pendukung. Pemerintah membangun kekuatan militer dengan dibiayai seluruhnya dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Militer Indonesia terdiri atas TNI AD, TNI AL, dan TNI AU. Dengan masing-masing matra dipimpin oleh kepala staf angkatan dengan tugas memimpin angkatan dalam pembinaan kekuatan dan kesiapan operasional angkatan; membantu panglima dalam menyusun kebijakan tentang pengembangan postur, doktrin, dan strategi serta operasi militer sesuai dengan matra masing-masing; membantu panglima dalam penggunaan komponen pertahanan negara sesuai dengan kebutuhan angkatan; serta melaksanakan tugas lain sesuai dengan matra masing-masing yang diberikan oleh panglima.

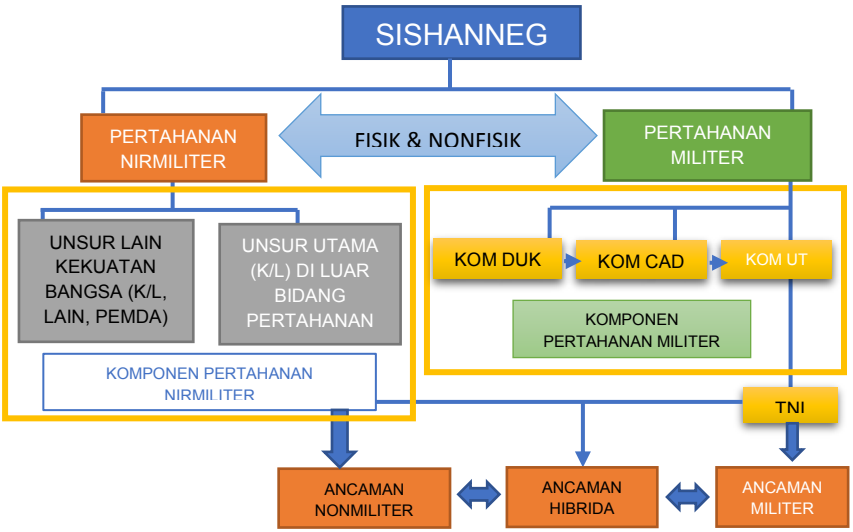
Sedangkan komponen cadangan (Komcad) merupakan pengabdian dalam usaha pertahanan negara yang bersifat sukarela. Komcad disiapkan untuk dikerahkan melalui mobilisasi guna memperbesar dan memperkuat kekuatan dan kemampuan Komponen Utama dalam menghadapi ancaman militer dan ancaman hibrida (campuran). Pembentukan Komcad diawali pada tahun 2021, kemudian dilanjutkan tahun 2022, dan 2023. Di gelombang pertama pada 2021 berjumlah 3.103 orang, gelombang kedua pada 2022 berjumlah 2.974 orang, dan pada tahun 2023 sebanyak 2.497 orang. Maka, sejak 2021 sampai dengan 2023, jumlah Komcad yang sudah ditetapkan sebanyak 8.574 orang.

Komponen pendukung merupakan salah satu wadah keikutsertaan warga negara secara sukarela dan pemanfaatan sumber daya alam, sumber daya buatan, serta sarana dan prasarana nasional dalam usaha penyelenggaraan pertahanan negara. Komponen pendukung terdiri atas anggota Kepolisian Negara Republik Indonesia, warga terlatih, tenaga ahli, dan warga lain unsur warga negara. Komponen Pendukung mempunyai kekuatan ganda yang dapat memperbesar dan memperkuat Komponen Utama dan Komponen Cadangan dalam penyelenggaraan pertahanan militer. Sampai dengan saat ini belum ada penetapan komponen pendukung.



Gambar 1
Komponen Pertahanan Negara

Pertahanan nirmiliter merupakan pertahanan untuk menghadapi ancaman nonmiliter yang membahayakan atau berimplikasi terhadap pertahanan negara. Ancaman nonmiliter berdimensi ideologi, politik, ekonomi, sosial budaya, teknologi, keselamatan umum. Pertahanan nirmiliter diselenggarakan dalam rangka menempatkan lembaga pemerintah di luar bidang pertahanan sebagai unsur utama yang disesuaikan dengan bentuk dan sifat ancaman dengan didukung oleh unsur-unsur lain dari kekuatan bangsa. Postur pertahanan nirmiliter terdiri atas unsur utama dan unsur lain kekuatan bangsa yang disusun dan ditata oleh kementerian/lembaga (K/L) di luar bidang pertahanan. Penataan unsur utama dan unsur lain kekuatan bangsa secara terpadu dapat berperan sesuai dengan fungsinya pada pertahanan nirmiliter.



Gambar 2
Sistem Pertahanan Negara
Sumber: Buku Putih Pertahanan 2015

Pertahanan Nirmiliter

Hancurnya sebuah negara tidak mesti disebabkan oleh serangan suatu negara terhadap negara lainnya dengan menggunakan kekuatan senjata yang maksimal menyerang terhadap negara lain. Terdapat beberapa negara yang hancur karena ketidakmampuan dalam mengelola pemerintahannya sehingga menuju negara gagal/*failed state*. Yugoslavia hancur berkeping-keping menjadi negara baru di mana konflik internal di negaranya tidak mampu diselesaikan (Suparlan, 2000: 43). Negara ini tidak hancur oleh serangan negara lain. Akan tetapi, konflik internal di negaranya membuat mereka harus merelakan hilangnya negara tersebut di kancah internasional dengan digantikan oleh negara-negara baru yang bangkit yang dahulunya merupakan bagian dari Yugoslavia.

Somalia juga merupakan contoh negara yang hancur bukan karena serangan dari negara lain. Banyak konflik internal yang terjadi di Somalia sejak tahun 1991, seperti perang sipil, pemberontakan, terorisme, semua hal tersebut disebabkan karena absennya otoritas pemerintahan (Wibowo dan Zamzamy, 2015: 128). Menurut Rotberg (2003), negara-negara seperti Afghanistan, Angola, Burundi, Congo, Liberia, Sierra Leone, Lebanon, dan Somalia adalah negara dalam kategori "*collapsed states*". Belajar dari negara-negara yang collapsed, maka pemerintah perlu untuk mengantisipasinya. Dibutuhkan kerja sama antara militer dan sipil atau kolaborasi guna menangkal berbagai ancaman nonmiliter yang sangat memungkinkan terjadi di Indonesia.

Jika merunut pada sejarah, reformasi 1998 di Indonesia terjadi dengan diawali krisis ekonomi di beberapa negara Asean. Ketidakmampuan pemerintah pada era Orde Baru di masa kepemimpinan Presiden Soeharto dalam menangani krisis ekonomi akhirnya berimbas pada krisis ketidakpercayaan kepada peme-

rintah, dan berlanjut menjadi krisis politik dengan tuntutan turunnya Presiden Soeharto. Pada saat itu, gejolak penolakan terhadap pemerintahan Orde Baru semakin kuat dan terjadi sangat masif di seluruh Indonesia, hingga akhirnya orang nomor satu di era Orde Baru harus tumbang, dan mengundurkan diri pada tanggal 21 Mei 1998. Tuntutan mundurnya Presiden Soeharto diikuti dengan berbagai gejolak sosial di masyarakat, seperti pembakaran mal, unjuk rasa besar-besaran yang berimbas pada bentrok antara massa dan aparat pemerintah, konflik etnis, konflik suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA). Krisis ini berlanjut hingga menjadi krisis sosial dan budaya. Terakhir, konflik pascatumbangnya Orde Baru berlanjut hingga terjadi krisis keamanan, yaitu dengan terjadinya konflik kekerasan yang meningkat secara signifikan sejak penghujung Orde Baru dan berlanjut hingga awal reformasi dan menurun secara signifikan dari tahun 2002 (Varshney, Panggabean, dan Tadjoeddin, 2004). Kasus kekerasan terjadi di banyak daerah di Indonesia: kasus kekerasan Muslim Kristen di Ambon, kekerasan Anti-Tionghoa di berbagai kota, kasus Maluku Utara, Aceh, Papua, Kalimantan Barat, Kalimantan Tengah, Timor Timur dan beberapa kerusuhan di Pulau Jawa terjadi imbas dari reformasi 1998 (Panggabean, 2018: 26). Hal ini berdampak pada kondisi sektor keamanan di daerah dan tingkat nasional. Dampak krisis pada bidang tertentu jika dibiarkan, dapat berimbas pada bidang lainnya (*multi effects*), dan ini cukup berbahaya bagi eksistensi sebuah negara karena keberlanjutan pemerintahan di suatu negara dipertaruhkan.

Berkaca dari fenomena di atas dapat dijelaskan bahwa ancaman terhadap negara akan selalu terus ada, dengan tingkatan yang berbeda. Negarawan barat menyatakan, "Selalu ada kekacauan di sebuah tempat di muka bumi ini, tetapi jauhkanlah kekacauan itu sejauh mungkin dari negara kita". Setiap negara bisa

mendapatkan ancaman militer atau nonmiliter yang mengganggu terhadap eksistensi pemerintahannya. Konsep perang model lama dengan sebab seperti perselisihan batas wilayah, konflik kemerdekaan dan kedaulatan, perbedaan ideologi, bergeser pada sebab-sebab baru seperti ideologi, politik, ekonomi, sosial budaya, agama, dan ilmu pengetahuan, seperti contoh perebutan sumber daya alam, perebutan pasar, kapital, dan lain-lain, terus berkembang menjadi pertikaian semesta dengan melibatkan banyak aktor di dalamnya (Suryokusumo, 2016: 5).

Dalam rangka menghadapi ancaman nonmiliter perlu disiapkan instrumen pertahanan nirmiliter. Pertahanan nirmiliter diselenggarakan oleh negara dalam rangka menempatkan lembaga pemerintah di luar bidang pertahanan sebagai unsur utama yang disesuaikan dengan bentuk dan sifat ancaman dengan didukung oleh unsur-unsur lain dari kekuatan bangsa. Misalnya, saat muncul ancaman bidang siber atau kejahatan siber, maka yang menjadi unsur utama adalah Badan Siber dan Sandi Negara dengan dibantu oleh unsur pendukung seperti Kementerian Luar Negeri, Kementerian Pertahanan, Kementerian Komunikasi dan Informatika, TNI, Polri, BIN, pemerintahan daerah, dan kementerian/lembaga terkait.

Contoh lain ancaman nonmiliter yang pernah terjadi di Indonesia adalah menyebarnya virus Covid-19 pada tahun 2020. Dalam menghadapi ancaman penyebaran virus tersebut, unsur utama dalam menghadapinya adalah Kementerian Kesehatan dengan dibantu oleh Kementerian Dalam Negeri, Kementerian Pertanian, Kementerian Sosial, Kementerian Perhubungan, Kementerian Riset dan Teknologi, BRIN, TNI, Polri, BNPB, BNPT, PMI, Pemerintahan Daerah, dan kementerian/lembaga terkait. Semua kementerian dan lembaga membantu Kementerian Kesehatan dalam rangka menghadapi penyebaran virus Covid-19. Si-

nergitas semua lembaga merupakan kunci utama dalam menghadapi ancaman nirmiliter. Pemerintah perlu dalam membentuk sistem keterpaduan dalam rangka menghadapi ancaman nirmiliter yang bisa datang kapan saja di negeri ini. Jika sistem pertahanan nirmiliter telah terbentuk dan dipahami oleh seluruh kementerian, Indonesia tidak akan khawatir dalam menghadapi berbagai bentuk ancaman nonmiliter yang datang karena kementerian/lembaga sudah paham dalam menghadapinya sesuai dengan tugas utama kementerian/lembaga tersebut. Dalam rangka menghadapi ancaman nonmiliter perlu adanya kolaborasi dan koordinasi pada unsur utama dan unsur lainnya untuk itu perlu dibentuk instrumen hukum, *Standard Operation Procedures* (SOP), kesepakatan bersama, atau bentuk inisiatif lainnya.

Kebijakan Pertahanan Nirmiliter

Pertahanan di Indonesia disusun dalam suatu sistem pertahanan semesta dalam rangka mencapai tujuan nasional. Pertahanan semesta hakikatnya adalah suatu pertahanan yang melibatkan seluruh warga negara sesuai peran dan fungsinya. Hal ini sesuai dengan amanat UUD Republik Indonesia Tahun 1945 pada Pasal 30 ayat (1), "Tiap-tiap warga negara berhak dan wajib ikut serta dalam usaha pertahanan dan keamanan negara". Berdasarkan pada konstitusi 1945, pemerintah perlu membuat kebijakan untuk memberikan ruang partisipasi masyarakat dalam berperan serta pada pertahanan dan keamanan.

Kebijakan pemerintah dalam bidang pertahanan nirmiliter salah satunya berfokus pada kebijakan pembangunan karakter bangsa melalui Pembinaan Kesadaran Bela Negara. Pemerintah melalui Kementerian Pertahanan berperan dalam menjalankan program bela negara di seluruh wilayah negeri. Kementerian Pertahanan selaku *leading sector* kegiatan bela negara mengupa-

yakan agar kegiatan Pembinaan Kesadaran Bela Negara dapat terselenggara setiap tahunnya. Dalam Buku Putih Pertahanan tahun 2015 dijelaskan bahwa target pembentukan kader bela negara 10 tahun ke depan adalah sekitar 100 juta kader bela negara yang militan dan menjadi bagian dalam sistem pertahanan Indonesia. Sampai dengan tahun 2024 ini saja, ternyata kader bela negara yang dibentuk oleh Pusdiklat Bela Negara Badiklat Kemhan melalui Pembinaan Kesadaran Bela Negara adalah sekitar 24.000 kader. Artinya, kebijakan tentang pembentukan kader bela negara sebagai bagian dari pertahanan nirmiliter masih jauh dari target yang telah dibuat sejak awal.

Penyebab tidak tercapai target tersebut adalah: (1) lemahnya regulasi yang ada sehingga tidak semua kementerian/lembaga dan pemerintahan daerah mau menjalankan program Bela Negara, padahal Kementerian Pertahanan sudah memuat Peraturan Menteri Pertahanan No. 8/2022 tentang Pedoman Pembinaan Kesadaran Bela Negara dan Kementerian Dalam Negeri sudah membuat Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 38/2011 tentang Pedoman Peningkatan Kesadaran Bela Negara di Daerah; (2) rendahnya anggaran dalam menjalankan program pembinaan kesadaran bela negara, terlihat dari minimnya dana anggaran bela negara di Kementerian Pertahanan dan beberapa kementeri an/lembaga serta pemerintahan daerah dalam menjalankan program Bela Negara, bahkan masih banyak ditemukan pemerintah daerah yang tidak menganggarkan program Bela Negara di daerahnya; (3) rendahnya *political will* dari pemangku kebijakan pertahanan. Hal ini terlihat dari program Pembinaan Kesadaran Bela Negara belum menjadi prioritas di Kementerian Pertahanan dan kementerian lainnya termasuk pemerintahan daerah; (4), minimnya sosialisasi sehingga tidak semua kementerian/lembaga dan pemerintahan daerah mau menjalankan program ini.

Padahal, jika program Bela Negara dijalankan banyak kementerian dan masyarakat, akan meningkatkan rasa nasionalisme, kebangsaan, dan cinta tanah air yang sudah mulai memudar (Hartono, 2020). Bela negara adalah karakter yang dibutuhkan bangsa ini guna meningkatkan kekuatan pertahanan nirmiliter. Masyarakat yang telah mengikutinya akan memiliki pemahaman tentang cinta tanah air, sadar berbangsa dan bernegara, setia pada Pancasila sebagai ideologi negara, rela berkorban untuk bangsa dan negara, mempunyai kemampuan awal bela negara.

Dalam menghadapi ancaman nonmiliter, perlu adanya kolaborasi dan koordinasi pada unsur utama dan unsur lainnya. Untuk itu, perlu dibentuk instrumen hukum, *Standard Operation Procedures* (SOP), kesepakatan bersama, atau bentuk inisiatif lainnya. Inilah yang dirasa kurang dan segera perlu dijalankan guna meningkatkan pertahanan nirmiliter.

Hingga saat ini, kebijakan pertahanan nirmiliter pada bidang pembangunan belum terealisasi secara keseluruhan. Kebijakan pembangunan yang sudah terealisasi baru kebijakan pembangunan karakter yang berfokus pada bela negara. Kebijakan pembangunan lainnya, yaitu pembangunan postur, gelar kekuatan pertahanan nirmiliter, kelembagaan, kerja sama, dan industri pertahanan nirmiliter belum proses dan belum terealisasi.

Kebijakan pembangunan nirmiliter pada bidang pembinaan kemampuan juga belum dapat terealisasi karena sampai dengan saat ini belum ada regulasi turunan di masing-masing kementerian terkait dengan penyelenggaraan pertahanan nirmiliter dalam rangka peningkatan kemampuan kementerian/lembaga dan pemerintahan daerah untuk menghadapi ancaman nonmiliter.

Kebijakan pertahanan nirmiliter lainnya seperti kebijakan penggunaan dan pemanfaatan sumber daya nasional, pengawasan, regulasi, serta pengawasan dan pengendalian belum ter-

selenggara secara keseluruhan. Dengan demikian, perlu ada *political will* dari pemerintah mengenai realisasi kebijakan sektor pertahanan nirmiliter dalam rangka menghadapi dinamika perubahan lingkungan global, regional, dan nasional.

Penutup

Perubahan dinamika pada lingkungan strategis, baik lingkungan global, regional, dan nasional, menuntut Indonesia memiliki daya tangkal yang kuat guna mempertahankan kedaulatan negara. Berbagai ancaman yang hadir dan selalu berubah, berimplikasi pada konsep sistem pertahanan di Indonesia. Sistem pertahanan semesta yang menjadi pilihan Indonesia dalam menghadapi berbagai konstelasi dunia memberikan ruang bagi warga negara untuk ikut berpartisipasi dalam penyelenggaraan pertahanan negara sesuai dengan amanat konstitusi UUD 1945 Pasal 30 ayat (1), "Tiap-tiap warga negara berhak dan wajib ikut serta dalam usaha pertahanan dan keamanan negara".

Bentuk pertahanan di Indonesia adalah pertahanan militer dan nonmiliter. Pertahanan militer menempatkan TNI sebagai komponen utamanya, dibantu oleh komponen cadangan dan komponen pendukung. Pertahanan nirmiliter diselenggarakan dalam rangka menghadapi ancaman nonmiliter dengan menempatkan kementerian lain di luar Kementerian Pertahanan sebagai unsur utama dengan dibantu unsur lain kekuatan bangsa.

Sebagian kebijakan pertahanan nirmiliter sudah dapat direalisasikan pemerintah (Pembinaan Kesadaran Bela Negara). Bentuk kebijakan lainnya masih dalam proses dan sebagian lainnya belum dapat direalisasikan. Ini menjadi perhatian karena pertahanan nirmiliter tidak kalah penting dengan pertahanan militer. Kebijakan pertahanan merupakan salah satu pilihan dalam menciptakan keamanan bagi warga negaranya.

Daftar Pustaka

Dunn, William. 1998. Pengantar Analisis Kebijakan Publik. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Dye, T. R. 1995. Understanding public policy. Prentice-Hall, New Jersey.

Harsono, Timotius D. 2009. Economic Defense dan Arah Kebijakan Pembangunan TNI, Mempertanyakan Komitmen Bangsa. Yogyakarta: Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada.

Hartono, Dwi. 2020. Fenomena Kesadaran Bela Negara Di Era Digital Dalam Perspektif Ketahanan Nasional. Jurnal Lemhanas RI, Vol 8 No 1 (2020).

Hays, Peter Dkk. 1997. American Defence Policy. The John Hopkins University Press, edition 7th.

Kementerian Pertahanan Republik Indonesia. 2015. Buku Putih Pertahanan Indonesia. Jakarta: Kementerian Pertahanan Republik Indonesia.

Kementerian Pertahanan Republik Indonesia. 2021. Dokumen Strategis Sistem Pertahanan dan Keamanan Rakyat Semesta (Sishankamrata) Abad Ke-21. Jakarta: Kementerian Pertahanan Republik Indonesia.

Panggabean, Samsu Rizal. 2018. Konflik dan Perdamaian Etnis di Indonesia. Ciputat: PT Pustaka Alvabet.

Rotberg, Robert, I. 2003. Failed States, Collapsed States, Weak States: Causes and Indicators in Rotberg, I. Robert (ed.) 2003. State Failure and State Weakness in a Time of Terror. Washington, D.C, The World Peace Foundation.

Steyn, Mark. 2006. America Alone: The End of The World as We Know It. Regnery Publishing.

Suparlan, Parsudi. 2000. Masyarakat Majemuk dan Perawatannya. Prosiding Simposium Internasional Jurnal ANTROPOLOGI INDONESIA I Makassar 2000

Supriyatno, Makmur. 2014. Tentang Ilmu Pertahanan. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Suryokusumo, Suryanto. 2016. Konsep Sistem Pertahanan Non Militer: Suatu Sistem Pertahanan Komplemen, Sistem Pertahanan Militer Dalam Pertahanan Rakyat Semesta. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Varshney, A., S.R Panggabean, dan M.Z Tadjoeddin. 2004. Patterns of Collective Violence in Indonesia 1990-2003. Jakarta: UNSFIR-Bappenas.

Wibowo, Prihandono; Ahmad Zamzamy. 2015. Failed State and Threats to Human Security. Full Paper Proceeding BESSH-2015, Vol. 24- Issue.3, 125-132.

Undang-Undang No 3 Tahun 2002 Tentang Pertahanan Negara.

Undang-Undang No 34 Tahun 2004 Tentang Tentara Nasional Indonesia.

Undang-Undang No 23 tahun 2019 Tentang Pengelolaan Sumber Daya Nasional Untuk Pertahanan Negara.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2019 Tentang Pengelolaan Sumber Daya Nasional Untuk Pertahanan Negara.

Peraturan Presiden Republik Indonesia No 8 Tahun 2021 Tentang Kebijakan Umum Pertahanan Negara Tahun 2020-2024.Peraturan Menteri Pertahanan Republik Indonesia No 8 Tahun 2022 Tentang Pedoman Pembinaan Kesadaran Negara.

Bambang Widianto Akbar

UPAYA INDONESIA MENGEMBALIKAN KEJAYAAN BAHARI

Sebagaimana kita ketahui, Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia. Posisi ini seharusnya menjadi potensi berharga yang harus dimanfaatkan. Bukan hanya fakta geografis sebagai negara kepulauan terbesar, melainkan juga fakta lain berupa kekayaan sumber daya alam di setiap jengkal wilayah perairannya, jelas menjadi potensi besar untuk mewujudkan kembali kejayaan Indonesia sebagai Negeri Bahari. Sebenarnya, sejak dahulu telah dilakukan berbagai dieksplorasi dan dieksploitasi untuk memanfaatkan potensi ini. Namun, sayangnya usaha ini belum mampu memberikan kesejahteraan merata bagi rakyat Indonesia.

Mengacu pada Konvensi PBB tahun 1982, luas wilayah perairan Indonesia adalah 5,8 juta km^2. Selain ukurannya yang menjanjikan, kandungan laut Indonesia juga menyimpan sumber daya hayati dan nonhayati yang melimpah. Dengan segala kekayaan yang melimpah ini, potensi ekonomi kelautan Indonesia ditaksir mencapai Rp7.200 triliun per tahun. Sekitar lebih dari 30 juta orang diperkirakan akan terserap dalam lapangan kerja sektor bahari ini. Data dari organisasi Badan Pangan Dunia (Food and Agricultural Organization/FAO) pada 2012 menyebutkan

bahwa Indonesia menempati peringkat terbesar ketiga dalam hal produksi sektor perikanan di bawah Cina dan India.

Jika semua potensi tersebut dimanfaatkan dengan baik, rakyat Indonesia pasti akan "merdeka" dalam arti sesungguhnya. Tidak lagi menjadi "bangsa budak" yang berperan sebagai pembantu di negeri orang atau bahkan menjadi kuli di negeri sendiri. Namun, lemahnya kebijakan pemerintah di bidang kelautan menjadikan pembangunan di sektor ini menjadi kurang maksimal. Indonesia belum mampu mengembalikan kejayaan bahari seperti dahulu kala. Terlebih ancaman keamanan di sektor laut yang terus mengintai. Posisi geografis Indonesia yang sangat strategis membuatnya rentan terhadap berbagai ancaman. Di sinilah pemerintah harus mengubah paradigma pembangunan dengan menggerakkan kebijakan di sektor kelautan secara lebih intensif. Jika ini dilakukan, Indonesia bisa menggerakkan banyak hal di sektor perekonomian yang bergantung pada laut, seperti perikanan, pariwisata bahari, hingga jasa maritim.

Indonesia telah memiliki wawasan Nusantara yang pertama kali dicetuskan pada 1957 yang mengatur tentang cara pandang bangsa Indonesia mengenai diri dan lingkungannya yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia. Indonesia juga telah mengatur posisi dalam Zona Ekonomi Eksklusif. Sebuah zona berupa suatu daerah yang (sebenarnya) berposisi di luar wilayah, tetapi berdampingan dengan laut teritorial yang dapat digunakan untuk memberdayakan kesejahteraan sekaligus menjaga kedaulatan perairan.

Selain itu, pada tahun 2014 lalu, dalam sebuah kampanyenya (calon) Presiden Joko Widodo juga mencanangkan konsep "Poros Maritim". Sebuah konsep yang memunculkan paradigma baru dalam pengelolaan kekayaan laut, dari pengelolaan pro kapitalis menuju pengelolaan yang pro kerakyatan. Selain itu,

hadirnya gagasan Poros Maritim ini juga secara perlahan akan menggeser pembangunan yang dulunya berbasis darat (*land base*) menuju pembangunan berbasis kelautan (*ocean base*).

Kepemimpinan dengan visi strategis terhadap pembangunan sektor maritim diyakini dapat menjadi solusi bagi Indonesia untuk meraih kejayaan, sekaligus mengembalikan marwah Indonesia sebagai Negeri Bahari. Perhatian di sektor kelautan ini mengharuskan adanya kebijakan strategis untuk memasifkan pengembangan di berbagai subsektor kelautan. Kesadaran terhadap pergeseran paradigma pembangunan yang sebelumnya cenderung berorientasi kontinental (*land-based development*) kepada orientasi laut (*ocean-based development*) tentu dapat diwujudkan dalam berbagai yang bersifat komprehensif, konkret, dan sistematis. Semuanya demi menapak kembali kejayaan bahari sebagaimana dahulu kala.

Indonesia telah diakui sebagai negara dengan potensi kelautan dan perikanan yang mumpuni. Sebuah pengakuan wajar karena dalam kenyataannya, Indonesia memang merupakan negara kepulauan terbesar dengan posisi strategis yang berada di titik pertemuan antara Samudera Pasifik dan Samudera Hindia, serta antara Benua Asia dan Australia.

Pada masa globalisasi kini, akses laut semakin memiliki peran vital dalam perkembangan berbagai sektor di sebuah negara. Posisi Indonesia di persilangan dunia, selain memberi kemudahan akan akses geografis, juga bisa menjadi katalisator bagi perkembangan ekonomi nasional. Tidak hanya kemudahan akses untuk mengekspor hasil produksi, letak geografis ini juga dapat dimanfaatkan untuk penyediaan jasa angkut dan pelabuhan bagi kapal-kapal yang lewat. Dengan mengembangkan industri berbasis maritim ini, peluang pengembangan di sektor pereko-

nomian dan investasi akan terbuka lebar. Pembangunan sektor maritim tidak semata hanya terkait dengan perikanan, perkapalan, dan pelabuhan, tetapi juga mencakup beragam aspek lain, seperti pariwisata, energi, bioteknologi, farmasi, dan kosmetik.

Selain perhatian terhadap sektor kelautan, aspek lain yang harus menjadi atensi pemangku kebijakan adalah potensi sumber daya manusia Indonesia itu sendiri. Banyaknya jumlah penduduk Indonesia merupakan kekuatan yang harus dioptimalkan dalam mewujudkan kembali kejayaan bahari. Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah populasi terbesar setelah Cina, India, dan Amerika Serikat. Jumlah populasi yang masif ini tentu akan memberi keunggulan bagi Indonesia dari segi penyediaan sumber daya manusia. Dalam hal sumber daya manusia ini yang dibutuhkan untuk membangun kekuatan maritim bukan hanya jumlah populasi semata, melainkan juga seberapa banyak orang yang memiliki keahlian di sektor kelautan.

Pembangunan sumber daya manusia di bidang maritim harus mulai dikembangkan secara serius. Untuk merealisasikannya, penting bagi pemerintah Indonesia memperbanyak perguruan tinggi dan sekolah menengah kejuruan berbasis maritim di seluruh Indonesia terutama di wilayah yang berbatasan langsung dengan laut. Selain itu, pemerintah juga perlu membangun berbagai balai pelatihan kerja yang bergerak di bidang kelautan.

Mengingat betapa potensialnya sektor maritim, satu aspek penting lainnya yang patut mendapatkan atensi adalah aspek politik luar negeri. Aspek politik luar negeri juga dapat menjadi alat bagi Indonesia dalam mengembangkan potensi kemaritimannya. Menjalin kerja sama dengan berbagai negara yang juga unggul di sektor kelautan dapat menjadi salah satu pilihan strategis. Salah satu efeknya, Indonesia mampu menyerap ilmu terkait pengembangan di sektor kelautan. Selain kerja sama, baik

bilateral maupun multilateral, Indonesia juga harus menjaga kedaulatan dengan mengikat berbagai perjanjian terkait batas wilayah dengan berbagai negara yang berbatasan langsung dengan Indonesia. Semua ini dilakukan untuk mengantisipasi ancaman terhadap sektor kelautan yang bisa datang kemudian hari.

Perhatian akan nilai strategis dan potensial dari sektor maritim ini sebenarnya telah tercermin dengan adanya perumusan wawasan Nusantara, pengaturan dalam Zona Ekonomi Eksklusif, hingga dicetuskannya konsep "Poros Maritim" yang menjadi upaya pemerintah Indonesia untuk mengembalikan kembali kejayaan Indonesia sebagai Negeri Bahari.

Wawasan Nusantara

Konsep poros maritim tidak terlepas dari konsep wawasan Nusantara yang dahulu dicanangkan. Poros maritim bahkan bisa dibilang merupakan pengejawantahan dari konsep wawasan Nusantara. Wawasan Nusantara dapat didefinisikan sebagai cara pandang bangsa Indonesia mengenai diri dan lingkungannya berdasarkan Pancasila dan UUD Negara Republik Indonesia.

Secara historis, konsep wawasan Nusantara mulanya diperkenalkan oleh Presiden Soekarno yang pada tahun 1957 resmi dideklarasikan oleh Perdana Menteri Djuanda. Inti dari wawasan Nusantara adalah wawasan kebangsaan yang meneguhkan asas negara Nusantara atau negara kepulauan. Dalam langkah meraih tujuan pembangunan nasional, wawasan Nusantara ini mencerminkan persatuan dan kesatuan bangsa yang meliputi:

1. Kesatuan Politik, yaitu perwujudan Kepulauan Nusantara dalam arti:
   a. Wilayah nasional dengan segala isinya merupakan satu kesatuan wilayah, ruang hidup, serta menjadi milik bersama bangsa;

b. Indonesia terdiri dari beragam suku, meyakini berbagai agama dan kepercayaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa harus menjadi kesatuan bangsa yang bersifat bulat dalam arti yang seluasnya;
c. Bangsa Indonesia harus merasa sebangsa dan setanah air, serta mempunyai satu tekad dalam mencapai cita-citanya;
d. Pancasila merupakan satu-satunya falsafah bangsa yang melandasi dan mengarahkan bangsa menuju arah tujuannya; dan
e. Seluruh wilayah Kepulauan Nusantara merupakan satu kesatuan hukum. Hanya ada satu hukum nasional yang mengabdi pada kepentingan nasional.

2. Kesatuan Sosial Budaya, yaitu pengejawantahan Kepulauan Nusantara yang berarti:
   a. Masyarakat Indonesia adalah satu. Kehidupan bangsa harus menjadi kehidupan yang serasi dengan adanya kemajuan yang merata di masyarakat;
   b. Budaya Indonesia pada hakikatnya adalah satu. Ragam budaya merupakan modal bagi landasan pengembangan budaya bangsa.
3. Kesatuan Ekonomi, yang dapat didefinisikan sebagai berikut;
   a. Kekayaan wilayah Nusantara adalah modal bersama. Keperluan hidup keseharian harus merata bagi seluruh rakyat Indonesia;
   b. Tingkat perkembangan ekonomi harus seimbang di seluruh daerah, tanpa meninggalkan ciri khas yang dimiliki oleh masing-masing daerah.
4. Kesatuan Pertahanan Keamanan, yang berarti bahwa;
   a. Ancaman terhadap satu wilayah pada hakikatnya merupakan ancaman terhadap seluruh negara;

b. Setiap warga negara memiliki hak dan kewajiban yang setara dalam membela negara dan bangsa.

Berbagai penjabaran inilah yang kemudian menjadi landasan dan komitmen Indonesia dalam mewujudkan ketahanan negara di berbagai sektor untuk menjaga persatuan yang selama ini telah melalui banyak ujian dalam sejarah pembentukannya.

Zona Ekonomi Ekslusif

Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE) adalah suatu daerah yang berada di luar wilayah, tetapi bersebelahan dengan laut teritorial dan tunduk pada hukum tertentu. Penetapan zona ini didasarkan pada hak-hak dan yurisdiksi negara pantai, serta hak dan kebebasan negara lain. Zona ini berukuran 200 mil laut dari garis dasar pantai. Dalam zona ini, sebuah negara pantai memiliki hak atas kekayaan alam yang terkandung di dalamnya, serta berhak menggunakan kebijakan hukumnya untuk hak-hak lainnya seperti hak navigasi, hingga penanaman kabel dan pipa. Di sinilah fungsi zona ini.

Secara historis, pencanangan konsep Zona Ekonomi Eksklusif pertama kali dicetuskan pada 21 Maret 1980. Pencetusan ini didorong oleh beragam faktor, yakni;

1. Terbatasnya ketersediaan ikan. Dengan semakin meningkatnya jumlah populasi manusia, organisasi Badan Pangan Dunia (Food and Agricultural Organization) memprediksi bahwa permintaan konsumsi ikan di masa depan akan melonjak dua kali lipat dibanding masa kini.
2. Pembangunan Nasional Indonesia. Dalam rangka pembangunan, sumber daya alam yang terdapat di laut hingga 200 mil dari garis pangkal, dasar, hingga tanah di bawahnya harus dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masya-

rakat. Semuanya harus dikelola secara baik demi merancang pembangunan nasional yang berkelanjutan.

Pengakuan terhadap landas kontinen dan Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE) Indonesia menghasilkan penambahan wilayah yang cukup besar sehingga menjadikan Indonesia sebagai negara terluas ke-7 di dunia (sebelumnya berada di nomor 17). Keseluruhan luas wilayah Indonesia berdasarkan penambahan ini, yaitu (1) darat 2.027.087 km^2; (2) laut 3.166.163 km^2 (termasuk luas kontinen sebesar 2.200.000 km^2); dan (3) Zona Ekonomi Eksklusif 1.577.500 km^2.

Dengan mengajukan hal ini, pemerintah Indonesia juga merasa perlu untuk menyelesaikan persoalan garis batas landas kontinen dengan beberapa negara. Beberapa perjanjian pun dibuat untuk mengikat kesepakatan, yaitu:

1. Perjanjian antara Indonesia dan Malaysia mengenai Penetapan Garis Batas Landas Kontinen di Selat Malaka dan Laut Cina Selatan yang disepakati pada 27 Oktober 1969. Berlaku sejak 7 November 1969;
2. Perjanjian antara Indonesia dan Thailand mengenai landas kontinen Selat Malaka bagian Utara dan Laut Andaman, disepakati pada 17 Desember 1971. Berlaku sejak 7 April 1972;
4. Perjanjian Tripartit antara Indonesia, Malaysia, dan Thailand mengenai landas kontinen bagian utara pada 21 Desember 1971, yang berlaku sejak 16 Juli 1973;
5. Perjanjian antara Indonesia dan Australia mengenai penetapan batas dasar laut di Laut Arafuru, depan pantai selatan Pulau Papua, dan depan pantai utara Papua pada 18 Mei 1971. Berlaku sejak 19 November 1973;
6. Perjanjian antara Indonesia dan Australia tentang penetapan batas dasar laut di Laut Timor dan Laut Arafuru sebagai tambahan perjanjian di tanggal 18 Mei 1971 dan 9 Oktober 1972;

7. Persetujuan Indonesia dan India mengenai penetapan garis batas landas kontinen antara Pulau Sumatera dan Nikobar yang ditandatangani pada 9 Agustus 1974 dan mulai berlaku semenjak tanggal penetapannya.

Selain penentuan akan batas landas kontinen, pemerintah Republik Indonesia juga mencetuskan perjanjian garis batas laut wilayah dan perjanjian perbatasan (darat dan laut) dengan beberapa negara tetangga, antara lain;

1. Perjanjian Tripartit antara Indonesia, Malaysia dan Singapura mengenai penetapan garis batas laut di Selat Malaka yang diparaf pada 17 Maret 1970;
2. Perjanjian antara Indonesia dan Singapura mengenai penetapan garis batas laut wilayah kedua negara di Selat Singapura yang diparaf pada 25 Mei 1973;
3. Perjanjian antara Indonesia dan Australia mengenai Garis Batas Tertentu yang berada di antara Papua Nugini yang diparaf pada 12 Februari 1973.

Adanya beberapa perjanjian ini merupakan bukti bahwa Indonesia serius dalam menjaga keutuhan wilayah kedaulatannya, tak terkecuali wilayah perairan.

Poros Maritim

Salah satu ambisi yang dicanangkan Presiden Joko Widodo dalam gelaran kampanye di Pemilihan Presiden 2014 lalu adalah pembangunan Poros Maritim. Ambisi ini merupakan upaya Indonesia untuk menghidupkan lagi jalur rempah (sebagaimana dahulu kala) sebagai fondasi visi Indonesia sebagai poros maritim dunia. Sebagai negara yang memiliki 17.504 pulau, dengan panjang pantai yang membentang sepanjang 104.000, disertai dengan laut seluas 5,8 juta, poros maritim memang sepantasnya menjadi rancangan masa depan Indonesia.

Dalam merealisasikan ambisi ini, pemerintah Indonesia telah menyiapkan empat pelabuhan internasional, yakni Pelabuhan Tanjung Priok yang berlokasi di ibu kota Jakarta, Pelabuhan Tanjung Perak di ibu kota Jawa Timur, Surabaya, Pelabuhan Kuala Tanjung di Sumatera Utara, dan Pelabuhan Bitung yang terletak Sulawesi Utara. Selain empat 'pelabuhan utama' ini, akan ada 24 pelabuhan bertaraf nasional lagi yang akan dipersiapkan sebagai pengumpan/penampung (*feeder*) untuk mendukung koneksi dengan berbagai kepulauan.

Poros Maritim sendiri merupakan rancangan program politik luar negeri Indonesia yang dicanangkan sejak pemerintahan periode pertama Presiden Joko Widodo yang dimulai pada 2014. Secara makro, program ini menekankan pemanfaatan aspek geografis, geostrategi, dan geoekonomi Indonesia untuk memengaruhi dinamika di Samudera Hindia dan Samudera Pasifik. Sedangkan secara mikro, program ini memiliki empat poin utama, yakni mengatasi pasar gelap perdagangan ikan tuna, pemberantasan penangkapan ikan ilegal (*illegal fishing*), ekspansi budidaya laut, dan pengembangan proyek padat karya di sektor maritim. Poros Maritim juga bertujuan mengambang infrastruktur laut sebagai jalur perhubungan antarpulau yang ditopang dengan pelabuhan dan beragam prasarana lainnya. Pemanfaatan laut Indonesia melalui poros ini akan membentuk persilangan antara barat-timur dan utara-selatan. Namun, Poros Maritim tidak akan berhenti sampai di situ. Poros ini juga direncanakan akan mampu membentuk jalur-jalur lainnya sehingga melahirkan sejenis "jaring laba-laba" di wilayah laut. "Jaring laba-laba" ini kemudian akan saling terhubung dengan jaringan jalan dan kereta api yang membentuk pola sirip ikan di wilayah darat.

Dengan demikian, poros ini akan menyatukan wilayah darat dan laut sebagai satu kesatuan ekonomi yang saling terko-

neksi. Koneksi ini didukung dengan penyediaan moda angkutan darat, laut, udara, dan kereta api. Dengan ini, pengiriman hasil bumi dan laut pun dapat berjalan lancar. Tidak hanya dari sisi ekonomi, pembangunan poros maritim juga akan memudahkan akses bersekolah bagi anak-anak yang berdomisili di kepulauan terluar. Intinya, pembangunan proyek ini akan memudahkan mobilitas akses bagi masyarakat. Ke depannya, poros maritim diharapkan dapat menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia dalam bersaing dengan negara besar Asia lainnya.

Untuk diketahui, gagasan poros maritim ini sebenarnya sejalan dengan gagasan Jalan Sutra Maritim yang digagas oleh Presiden Cina, Xi Jinping. Jalan Sutra Maritim sendiri merupakan gagasan pemerintah Cina untuk menghubungkan pelabuhan-pelabuhan di Cina bagian tenggara dengan negara-negara Asia Tenggara melalui Selat Malaka, negara-negara di Asia Selatan melalui Samudera Hindia, dan negara-negara di Timur Tengah hingga Eropa Selatan melalui Laut Merah dan Laut Mediterania; yang kemudian akan dipertemukan melalui Jalan Sutera darat di Eropa Tengah.

Sejauh ini, negara-negara Asia Tenggara, menyambut baik gagasan ini. Malaysia, misalnya, akan menyiapkan beberapa pelabuhannya seperti Kuantan, Klang, Penang, dan Johor untuk terkoneksi dengan pelabuhan-pelabuhan di Cina. Demikian juga dengan negara-negara yang terletak di tepi Laut Cina Selatan dan Samudera Hindia seperti Vietnam, Bangladesh, Maladewa, Sri Lanka, India, dan Pakistan; masing-masing menunjukkan gairah untuk menerima ajakan ini.

Melihat realita ini, konsep pembangunan Poros Maritim Dunia harus berjalan seiring dengan rencana pemerintah Cina dalam membangun Jalan Sutera Maritimnya. Kita tentu berharap upaya ini dapat mempercepat kemajuan Indonesia serta menge-

ratkan hubungan baik yang sudah terjalin dengan negara-negara lainnya yang terkait. Gagasan besar ini hendaknya tidak justru mengancam kestabilan keamanan yang telah tercipta.

Perwujudan Poros Maritim Dunia sangat menentukan daya *survival* Indonesia di abad ke-21. Pemahaman posisi geopolitik dan geostrategis Indonesia sebagai negara kepulauan dituntut dalam pembuatan kebijakan pertahanan untuk kemudian ditransformasi dalam pengembangan kekuatan pertahanan negara demi mengamankan integritas teritorial dan kedaulatan negara dari berbagai ancaman. Perubahan geopolitik pasca Perang Dingin dan geoekonomi di abad ke- 21 ini sangat memengaruhi sistem dan strategi negara Indonesia.

Dalam kaitan itu, Indonesia tentu dapat merespons program-program Trans-Pacific Partnership (TPP) di sektor sosial-ekonomi-ekosistem dan zona pesisir abad 21 negara Asia Pasifik. Sebagai negara kepulauan yang 2/3 wilayahnya merupakan laut dengan garis pantai sepanjang 1.800 km, yang di mana lautnya mampu menyerap 44% CO^2 di atmosfir dan berpotensi menyediakan pekerjaan bagi 50 juta orang.

Atase Kelautan & Perikanan: Spektrum Pembentukan Kerja sama Sektor Maritim

Kedudukan dan posisi strategis Indonesia, di satu sisi merupakan kekuatan sekaligus peluang bagi Indonesia untuk menjadi negara sejahtera serta berperan penting dalam percaturan internasional di bidang kelautan dan perikanan. Di sisi lain, isu-isu globalisasi kini bisa saja menjadi penghambat dan ancaman bila Indonesia tidak mampu memanfaatkan kekuatan dan peluang tersebut dengan baik.

Mengingat kedudukan Indonesia yang strategis dan menentukan ini, banyak negara di kawasan Asia, Amerika, Eropa,

Australia, dan bahkan Afrika menginginkan bekerja sama dengan Indonesia di bidang kelautan dan perikanan. Tentu peluang ini tidak boleh disia-siakan. Dengan bekerja sama dengan negara-negara lainnya, Indonesia tentu dapat menyelesaikan masalah kelautan dan perikanan yang sulit diselesaikan sendiri.

Berdasarkan berbagai dukungan inilah, pada bulan Februari 2009 lalu, pemerintah Indonesia melalui Menteri Kelautan dan Perikanan (saat itu), Freddy Numberi, menggagas pembentukan Atase Kelautan dan Perikanan di beberapa negara sahabat untuk mengatasi berbagai permasalahan di bidang kelautan dan perikanan. Dalam mewujudkan gagasan ini, Pusat Kajian Internasional dan Antar Lembaga (Puskita) menyusun naskah akademis pembentukannya sebagai justifikasi akan pendirian lembaga ini.

Dasar pembentukan Atase Kelautan dan Perikanan ini sudah sesuai dengan hukum, kode etik, serta isu-isu strategis di sektor kelautan dan perikanan, baik nasional maupun internasional. Di antaranya adalah UUD 1945; UU No. 18/2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi; UU No. 31/2004 yang telah direvisi menjadi UU No. 45/2009 tentang Perikanan; UNCLOS 1982; Agenda 21 PBB; Perpres RI No. 7/2005 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2004–2009; Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan No. 7/2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja Departemen Kelautan dan Perikanan; dan The Vienna Convention on Diplomatic Relation yang ditandatangani pada bulan April 2008.

Secara fungsional, peran Atase Kelautan dan Perikanan berada di bawah Kedutaan Besar Republik Indonesia, dan membantu melaksanakan tugas Duta Besar/Perwakilan Tetap RI di sektor kelautan dan perikanan. Biaya operasional akan dibebankan kepada Dinas Kelautan dan Perikanan sesuai dengan alokasi per-

untukan anggaran setiap tahunnya. Adapun pejabat lembaga ini ditetapkan oleh Menteri Luar Negeri melalui usulan Menteri Kelautan dan Perikanan (Keppres No. 108/2003 Pasal 10 tentang Organisasi Perwakilan Ketentuan mengenai Atase Teknis).

Dalam naskah akademisnya, dalam pelaksanaan tugasnya Atase Kelautan dan Perikanan telah memilih beberapa negara/pihak untuk bekerjasama, yakni Jepang untuk kawasan Asia-Pasifik, untuk kawasan Eropa Barat-Timur (Uni Eropa), dan Afrika di Brussel, Belgia serta kawasan Amerika-Karibia yang berkantor di Washington (Amerika Serikat). Berikut adalah penjabaran tujuan pembentukan atase di berbagai negara tersebut.

Jika semua kerja sama di atas bisa dibangun dengan baik, tidak menutup sektor maritim akan memberikan kesejahteraan bagi Indonesia.

Amerika Serikat	Uni Eropa	Jepang
1. Jumlah penduduk besar. Pasar potensial untuk produk perikanan nasional. 2. Merupakan konsumen tuna kaleng terbesar di dunia. 3. Masih kecilnya ekspor Indonesia untuk produk udang. 4. Kecanggihan teknologi di berbagai perusahaan Amerika Serikat. 5. Tidak diragukan dalam hal pendanaan bagi proyek pembangunan Indonesia.	1. Potensi besar untuk produk kelautan dan perikanan, khususnya ikan tuna. 2. Adanya kebijakan baru UE untuk mengurangi *fishing days* sehingga mengurangi produksi perikanan di kawasan tersebut. 3. Ketatnya pengawasan tentang Mutu Produk dan Lingkungan.	1. Merupakan negara dengan tingkat konsumsi ikan terbesar di dunia. 2. Hubungan diplomatik yang sudah terjalin lama,sehingga kepercayaan sudah terbangun. 3. Mitra utama dan penyumbang besar bagi pembangunan Indonesia.

Penutup

Cita-cita untuk mengembalikan kejayaan Indonesia di sektor bahari tentu membutuhkan keseriusan berbagai pihak dalam lintas sektor. Pemaparan di atas telah menunjukkan keseriusan Indonesia dalam mengembangkan sektor maritim demi meraih kembali kejayaan sebagai Negeri Bahari. Dicetuskannya wawasan Nusantara, Poros Maritim, hingga pembentukan Atase Perikanan dan Kelautan merupakan wujud dari keseriusan itu. Berbagai langkah ini tentu tidak boleh hanya menjadi bacaan indah di atas kertas, melainkan harus menjadi pijakan praktik yang serius bagi pemerintah Indonesia dalam mewujudkan kesejahteraan di bidang maritim sekaligus mewujudkan kembali citra kejayaan Indonesia sebagai Negeri Bahari.

Daftar Pustaka

Amarulla Octavian, "Militer & Globalisasi: Studi Sosiologi Militer Dalam Konteks Globalisasi dan Kontribusinya Bagi Transformasi TNI", UI Press, 2012

Bernhard Limbong, "Poros Maritim", Pustaka Margaretha, 2015

Drs. T. May Rudy, S.H., MIR., M.Sc, "Hukum Internasional II", PT Refika Aditama, Cet. III, 2009

Freddy Numberi, "Kembalikan Kejayaan Negeri Bahari: Menuju Indonesia Sehat, Cerdas, Adil, dan Sejahtera", PT Bhuana Ilmu Populer, 2015

Hariyadi Wirawan & Akbar Rayyan Subekti, "Peningkatan Kapabilitas Militer China dan Implikasinya Terhadap Keamanan Nasional Indonesia", UI Press, 2012

Tim Nasional Dosen Pendidikan Kewarganegaraan, "Paradigma Terbaru Pendidikan Kewarganeraan Untuk Mahasiswa", Pustaka Alfabeta, 2020.

Tentang Penulis

Bambang Widianto Akbar

Lahir pada 10 April 1992 di Soroako, Sulawesi Selatan. Menamatkan pendidikan sarjana dan magister bidang studi Hubungan Internasional di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY). Sempat bekerja sebagai staf redaksi di Penerbit Ombak Yogyakarta (2015–2016), konsultan pendidikan di Ruangguru (2018), Asisten Dosen di UMY pada mata kuliah Politik Islam Asia Tengah (2019), dan staf pengajar pada mata kuliah Pancasila di Universitas Teknologi Yogyakarta (2019–2020). Sejak 2023, mengabdi sebagai dosen Hubungan Internasional di Universitas Darul' Ulum Jombang sembari melakoni hobi membaca dan *ngopi*. Penulis bisa dihubungi melalui
email: bambangakbar928@gmail.com

Hoiril Sabariman

Merupakan pencinta lingkungan sekaligus enumerator Program Studi Sosiologi FISIP Universitas Brawijaya, Malang. Lahir dari keluarga petani di Kabupaten Pamekasan, 29 April 1990. Hoiril aktif dalam kegiatan penelitian, pengabdian, dan pemberdayaan sosial. Menyelesaikan jenjang pendidikan S-1 Sosiologi di Universitas Trunojoyo Madura (2013), S-2 Ilmu Sosial di Universitas Brawijaya Malang (2020). Selain enumerator dan pencinta lingkungan, penulis juga suka mengaji dan mengkaji. Penulis dapat dihubungi melalui email: hoirilsabariman@yahoo.com

Khairu Roojiqien Sobandi

Dosen pada Jurusan Ilmu Politik Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto. Memiliki fokus kajian pada demokrasi, politik identitas, birokrasi, serta politik etnisitas.

Novy Setia Yunas

Lahir di Jombang pada 19 November 1991. Menempuh pendidikan dasar hingga SMA di kota yang sama, kemudian mengawali pendidikan tinggi di Universitas Brawijaya Malang. Pada tahun 2013, gelar Sarjana Ilmu Politik diperolehnya setelah menyelesaikan masa kuliah di Program Studi Ilmu Politik FISIP Universitas Brawijaya dengan prestasi sebagai lulusan terbaik tingkat fakultas. Kemudian, pada tahun 2014 melanjutkan studi Magister Ilmu Politik di FISIP Universitas Airlangga Surabaya dengan meraih prestasi yang sama pula, yakni sebagai lulusan terbaik Magister Ilmu Politik Universitas Airlangga. Semenjak tahun 2018, ia mengabdikan diri di almamaternya Program Studi Ilmu Politik Universitas Brawijaya sebagai dosen. Beberapa karya ilmiah hasil riset di bidang Kebijakan Publik, Inovasi dan Teknologi Politik, Politik Digital serta Politik Lokal telah banyak dipublikasikan.

Teguh Anggoro

Dosen pada Program Studi Ilmu Pemerintahan STISIP Bina Putra Banjar. Memiliki minat kajian pada politik kepemiluan, serta politik keamanan.

Thomas Rizki Ali

Lahir dan besar di Jakarta, saat ini tercatat sebagai mahasiswa aktif pascasarjana di Universitas Jenderal Soedirman, dengan konsentrasi dan minat kajian terhadap isu-isu gerakan sosial, antropologi politik, kebijakan publik, dan politik kesejahteraan. Peneliti memiliki hobi belajar, bermasyarakat, berkemah, dan berenang. Penulis aktif di salah satunya organisasi eksternal kampus bernama Himpunan Mahasiswa Islam atau HMI Cabang Purwokerto. Penulis pernah menjabat sebagai ketua umum HMI Komisariat Fisip Unsoed yang mana merupakan organisasi setingkat fakultas. Penulis terakhir memegang jabatan di HMI Cab. Purwokerto sampai pada jurnal ini dibuat (2024) menjabat sebagai sekretaris umum.

Qurnia Indah Permata Sari

adalah Dosen Program Studi Ilmu Politik di FISIP Universitas Brawijaya. Lahir di Kota Malang, 24 Oktober 1996. Qurnia, pernah bekerja sebagai Project Officer di LSM Koalisi Perempuan untuk Kepemimpinan, Surveyor di Kementerian Ketenagakerjaan RI serta Asisten Dosen di STIE Koperasi Malang. Menyelesaikan jenjang pendidikan S-1 Ilmu Politik di Universitas Brawijaya Malang (2017), S-1 STIE Koperasi Malang (2017), S-2 Ilmu Sosial di Universitas Brawijaya Malang (2020), S-3 Sosiologi di Universitas Brawijaya (2023). Selain menjadi dosen, aktif dalam kegiatan sosial, seperti menjadi Ketua di Komunitas Muda Inspiratif dan Aktivis lingkungan di Green Leaders Indonesia. Penulis dapat dihubungi melalui
email: qurniaindahpermatasari@ub.ac.id.

FAKULTAS & PRODI

FAKULTAS	PROGRAM STUDI	KEUNGGULAN KOMPETITIF	KEUNGGULAN KOMPARATIF
MIPA	Matematika **(Terakreditasi Baik)**	Ahli dalam bidang Matematika dan Ilmu Komputer	1. Statistik 2. Pemodelan Matematika 3. Ilmu Komputer
HUKUM	Ilmu Hukum **(Terakreditasi B)**	Ahli dalam bidang hukum	1. Hakim 2. Jaksa 3. Pengacara 4. Notaris
FKIP	Pend. Bahasa & Sastra Indonesia **(Terakreditasi Baik Sekali)**	Ahli dalam bidang perencanaan, penelitian, pengajaran dan tata kelola kelembagaan	1. Pendidik 2. Jurnalis atau Wartawan 3. Penulis dan Editor 4. Penyiar/Presenter
	Pend. Bahasa Inggris **(Terakreditasi Baik Sekali)**	Ahli dalam bidang pendidikan bahasa Inggris, Linguistik dan Kesastraan	1. Tenaga pendidik Bahasa Inggris 2. Asisten penelitian Bahasa Inggris 3. Edupreneur Bahasa Inggris 4. Penulis Kreatif
	Pend. Matematika **(Terakreditasi Baik Sekali)**	Ahli dalam bidang perencanaan, analis data, pengajaran, penelitian	1. Pendidikan Matematika 2. Peneliti pendidikan matematika 3. Calon pebelajar tingkat magister Analis kebijakan pendidikan
EKONOMI	Manajemen **(Terakreditasi Baik)**	Ahli dalam bidang manajemen keuangan dan pemasaran	1. Wirausaha UMKM 2. Konsultan manajemen
	Akuntansi **(Terakreditasi Baik)**	Ahli dalam akutansi keuangan	1. Akutansi BANK 2. Perbankan
FAI	Pend. Agama Islam **(Terakreditasi B)**	1. Pendidikan profesional 2. Peneliti pemula 3. Pengelola lembaga pendidikan	1. Ahli dalam bahasa arab dan inggris keislaman 2. Pengembangan masyarakat dan keagamaan
	Pend. Bahasa Arab **(Terakreditasi Baik)**	1. Pendidikan guru B. Arab 2. Peneliti pemula B. Arab 3. Penerjemah 4. Pemandu Haji, Umroh	1. Penerjemah 2. Guru 3. Telaah kitab kuning
	Pend. Islam Anak Usia Dini **(Terakreditasi Baik Sekali)**	1. Pendidik 2. Peneliti 3. Konsultan anak 4. Eduprenuer	1. Guru RA, TK, PAUD 2. Pengelola lembaga pendidikan AUD 3. Peneliti bidang pendidikan AUD
	Ekonomi Syariah **(Terakreditasi Baik)**	Ahli dalam ekonomi Islam	1. Manajemen keuangan syariah 2. Pengembangan kewirausahaan
	Pend. Guru MI **(Terakreditasi Baik Sekali)**	1. Pendidikan 2. Peneliti pemula	1. Ahli guru MI
PERTANIAN	Agroteknologi **(Terakreditasi B)**	Ahli dalam pengelolaan budidaya tanaman	1. Pengelolaan teknologi hasil pertanian dan kewirausahaan
TEKNIK	Teknik Sipil **(Terakreditasi Baik)**	Ahli dalam bidang perencanaan teknik sipil	1. Ahli dalam perencanaan jalan-jalan dan transportasi 2. Ahli dalam perencanaan konstruksi hidro atau keairan
	Arsitektur **(Terakreditasi B)**	Ahli dalam perencanaan bidang arsitektur	1. Ahli perencanaan kota, perumahan, dan pemukiman 2. Ahli perencanaan lansekap dan sains bangunan
	Informatika **(Terakreditasi Baik)**	Ahli dalam perencanaan bidang informatika	1. Praktisi IT 2. Pengembang Software
FISIP	Ilmu pemerintahan **(Terakreditasi Baik)**	Ahli dalam perencanaan kebijakan pemerintah	1. Ahli dalam bidang public policy dan strategi 2. LSM
	Ilmu Politik **(Terakreditasi B)**	Ahli dalam bidang politik	1. Ahli dalam politik nasional dan regional
PASCASARJANA	Magister Pend. Bahasa & Sastra Indonesia **(Terakreditasi B)**	Kompeten dalam pendidikan mutakhir	1. Peneliti pendidikan 2. Pengembangan pendidikan inovatif
	Magister Pend. Agama Islam **(Terakreditasi Baik Sekali)**	Kompeten dalam pendidikan mutakhir agama islam	1. Pendidik Pendidikan Agama islam 2. Pengembang kurikulum pendidikan agama islam

Fasilitas

1. Tenaga pengajar berkualitas, lulusan kampus terkemuka dalam dan luar negeri dengan jenjang doktor dan magister. Laboratorium MIPA, Bahasa, Komputer, Microteaching, Lab. Pertunjukan & Sinematografi, Teknik (Sipil/Arsitek), Green House, Akuntansi, Peradilan Semu, Hotspot / WIFI 24 Jam.
2. Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Musik, Teater, Palang Merah Indonesia, Banjari, Olah Raga, Jurnalistik, Paduan Suara, Mapala, Resimen, Majalah /Buletin, dll.
3. Jaringan kerjasama dengan pemerintah daerah, mahkamah konstitusi RI, KPPU, Bakesbang Prop Jawa Timur, media massa. Perguruan Tinggi Negeri dan Perguruan Tinggi Swasta dalam dan Luar Negeri.
4. Tersedia LCD projector di setiap ruang kelas.
5. Dekat dengan beberapa pondok pesantren dan tersedia bus antar jemput dari PP. Matholiul Anwar ke kampus.
6. Suasana kampus yang asri dengan budaya multi cultural (mahasiswa dari berbagai profesi dan negara)
7. Gedung Sabudga sebagai sarana olah raga & budaya serta acara resmi dengan kapasitas 2500 orang.

BEASISWA

1. Jalur penerimaan siswa berbakat dan berprestasi (baik tingkat sekolah, kabupaten, provinsi, dan nasional).
2. Beasiswa keringanan SPP bagi mahasiswa yang memiliki saudara kandung yang telah kuliah di Unisda.
3. Beasiswa Hafidz / Hafidzah 100% bebas DPP dan SPP.
4. Calon mahasiswa yang pernah menjadi ketua OSIS, IPNU IPPNU bebas biaya pendaftaran dan biaya PKKMB.
5. Tersedia ratusan beasiswa dari:
   a. Lembaga Pendidikan Islam & Sosial Darul `Ulum
   b. Beasiswa K.H. Masykuri
   c. Bantuan keringanan bagi yang kurang mampu
   d. Bidik Misi/KIP-K
   e. Baznas
   f. LLDIKTI
   g. BUMN/BUMD
   h. Al-Khidmah
   I. PKSDM
   j. UKT

Lain-Lain

1. Menerima mahasiswa transfer untuk semua jurusan.
2. Unisda tidak membuka kelas jauh.
3. Hal-hal yang belum jelas dapat ditanyakan via telepon, WA, email, facebook, atau SMS center.

Berdaya Saing Kuat I Mandiri I Berbudaya I Islami I Bertaraf Internasional

الجامعة الإسلامية دار العلوم

Universitas Islam Darul `Ulum

UNISDA

University With Global Vision

UNISDA UNIVERSITY with GLOBAL VISION

unisda.ac.id

PENERIMAAN MAHASISWA BARU UNIVERSITAS ISLAM DARUL `ULUM LAMONGAN TAHUN AKADEMIK 2025-2026

LIST BIAYA

SCAN ME

PERSYARATAN UMUM

Berijasah SMA/SMK/MA dan berkelakuan baik

SYARAT DAN CARA PENDAFTARAN

1. Membayar Biaya Formulir Pendaftaran di Bank Jatim
2. Menyerahkan scan ijasah atau Surat Keterangan Lulus
3. Menyerahkan soft file foto terbaru ukuran 3x4
4. Menyerahkan Scan Kartu Keluarga
5. Biaya pendaftaran Rp 250.000

TEMPAT DAN WAKTU PENDAFTARAN

Kantor Marketing, Humas, Admisi Mahasiswa Baru dan Urusan Internasional UNISDA Lamongan
Jl. Airlangga No. 03 Sukodadi Lamongan
Telp. (0322) 390497 | fax. (0322) 390929
WA : 0858-7733-0888
FB : Universitas Islam Darul `Ulum (UNISDA) Lamongan
IG : Unisda_Official
Email : humas@unisd.ac.id
Web : pmb.unisda.ac.id
Pendaftaran dibuka setiap hari kerja: pukul 08.00 s.d. 16.00 WIB

JALUR	TANGGAL
PSBB	06 JAN - 15 APRIL 2025
Gelombang 1	06 JAN - 03 JUN 2025
Gelombang 2	4 JUN - 20 AGST 2025
Gelombang 3	21 AGST - 12 SEPT 2025

Pendaftaran dibuka setiap hari Senin s.d. Jumat (untuk kelas karyawan: hari Jumat s.d. Minggu)

Waktu perkuliahan:
Pagi: 08.00 - 12.00 WIB
Sore: 15.20 - 20.00 WIB

TOKOH & ALUMNI MENGENAI UNISDA

"Unisda diharapkan mampu mencetak generasi baru dibidang ekonomi syariah sebagai kemaslahatan umat"
Prof. Dr. (H. C.) KH. Ma'ruf Amin
(Wakil Presiden RI 2019-2024)

"Saya harapkan Unisda ke depan mampu melampaui prestasi-prestasi yang telah diraih sebelumnya."
Drs. H. Muhammad Jusuf Kalla
(Wakil Presiden RI 2014-2019)

"Saya merasa ikut memiliki Unisda, sudah beberapa tahun ini Unisda bekerja sama dengan MKRI"
Prof. Mahfud MD
Menteri Koordinator Bidang Politik, Hukum dan Keamanan Republik Indonesia (Saat Kunjungan ke Unisda th. 2012)

"Kita harus mulai membangun roadmap kita, dimana generasi muda (mahasiswa Unisda adalah tulang punggung kemajuan Indonesia, tulang punggung pembangunan roadmap atau ekosistem yang akan kita bangun."
Erick Tohir
(Menteri BUMN 2019-sekarang dan Ketua Umum PSSI)

"Setelah saya melihat Unisda, sudah bagus. tinggal dikembangkan untuk memasuki era internasional."
Prof. H. Mohamad Nasir, Ph.D., Ak.
(Menristekdikti 2014-2019)

"Unisda diharapkan dapat mencetak generasi-generasi guru masa depan yang mumpuni"
Prof. Dr. Muhajir Effendy, M.A.P
Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan Indonesia periode 2019-2024 Saat kunjungan tahun 2017)

"Mahasiswa Unisda bukan saja menjadi agent of change, tetapi juga agent of repair, karena hakikat dari intelektual adalah wajib menawarkan gagasan atas hal hal yang dilihat tidak benar."
AA Lanyalla Mahmud Mattalitti
(Ketua DPD Republik Indonesia)

"Ya Allah, Jadikanlah UNISDA ini sebagai sarana pendidikan, berkahilah tempat ini sebagai tempat menimba ilmu bagi hamba-hamba-Mu yang tertaqwa"
K.H. Ubaidillah Faqih
(Pengasuh Pondok Pesantren Langitan Tuban)

"Sebagai almamater saya bangga, karena saat in Unisda tetap berkembang tanpa meninggalkan jati dirinya sebagai kampus yang menjunjung tinggi akademik yang dinamis"
Dr. Yuhranur Effendi, SH, S., MBA.
(Bupati Lamongan & Alumni Unisda)

PRESTASI

1. Sebagai Delegasi RI ke US Indonesia Higher Education Summit di Washington (internasional)
2. Sebagai peserta Pekan Olahraga Mahasiswa Nasional (POMNAS) XVII di Padang, Sumatrera Barat.
3. Pemecah Rekor MURI dalam kategori pembacaan puisi terlama (Nasional/Internasional)
4. Finalis PIMNAS (Pekan Ilmiah Mahasiswa Nasional) di Kendari Sulawesi.
5. Juara 2 Futsal Mahasiswa di Univ. Adibuana Surabaya
6. Juara 3 MTQ Mahasiswa Regional IV Bidang Hifdzil Qur'an di Univ. Trunojoyo Madura.
7. Juara Harapan 1 Lomba Dialog Interaktif tingkat nasional "Pekan Trilomba Kebangsaan Ke-III" Univ. Negeri Malang
8. Juara 1 Microteaching tingkat nasional di UINSA Surabaya
9. Juara III dalam kegiatan Festival Seni Pencak Silat Virtual Nasional Lintang Jagad III.
10. Program MBKM dr Kemdikbudristek yg pernah diraih mhs Unisda:
    a. Pertukaran Mahasiswa Tanah Air Nusantara Sistem Alih Kredit (Permatasakti)
    b. Pertukaran Mahasiswa Merdeka 2 (PMM2)
    c. Kampus Mengajar 3, 4 dan 5
    d. Merdeka Belajar untuk Semua
    e. Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW)
    f. Bantuan Riset Talenta Riset dan Inovasi (BARISTA)
    h. Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB)
11. Hibah MBKM yg didapat Unisda dari Kemdikbudristek
    a. PKKM (Program Kompetisi Kampus Merdeka) tahun 2021, 2022, 2023
    b. KMMI (Kredensial Mikro Mhs. Indonesia)
    c. Ditasering th 2021 & 2022
    d. RPL (Rekognisi Pembelajaran Lampau)
    e. Program Studi Menerapkan Kerjasama MBKM

Rektor
ttd
M. Hafidh Nashrullah, S.E., M.M.

الجامعة الإسلامية دارالعلوم
Universitas Islam Darul Ulum
UNISDA - LAMONGAN

Jl. Airlangga 03 Sukodadi
Lamongan – Jawa Timur – 62254
https://unisda.ac.id

Isu kebijakan politik kontemporer sebagai salah satu faktor utama penguatan demokrasi di Indonesia tidak bekerja secara statis dan tidak menunjukkan perilaku yang dapat dibaca sebagai keteraturan. Selain itu, isu kebijakan politik kontemporer sebagai perwujudan demokrasi tidak hanya dilihat sebagai sebuah prosedur yang berkala dan teratur. Oleh karena itu, buku ini hadir sebagai upaya untuk menyelidiki secara kritis dinamika isu kebijakan politik kontemporer di Indonesia.

Pembaca diharapkan lebih mendapat informasi dan mendapatkan ide-ide baru tentang bagaimana kekuasaan bekerja dalam institusi pemerintah dan kepartaian dalam upaya mempengaruhi pemikiran dan persepsi publik. Perilaku kekuasaan politik mencerminkan kualitas demokrasi suatu negara, karena demokrasi bekerja dalam ranah kekuasaan negara yang terkontrol dan memberikan ruang kebebasan pada publik. Berbagai permasalahan terkait isu kebijakan politik kontemporer seperti implementasi peraturan daerah, kewirausahaan politik, *civil society, political branding,* media sosial, lingkungan, pertahanan, maupun geopolitik merupakan bahasan penting dalam buku ini.

UNSIL
LIBRARY PUBLISHER

Perpustakaan Universitas Siliwangi
www.perpustakaan.unsil.ac.id
perpus@unsil.ac.id
Tasikmalaya, Jawa Barat.

Politik
ISBN 978-602-0826-57-8
9 786020 826578

View publication stats